

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous / Businesslähtöinen ICT

Sakari Kortesmaa

PIENYRITTÄJÄN ICT-PAKETTI

Opinnäytetyö 2013

# TIIVISTELMÄ

## KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

### Liiketalous

KORTESMAA, SAKARI

Opinnäytetyö

Työn ohjaaja

Elokuu 2013

Avainsanat

Pienyrittäjän ICT-paketti

44 sivua + 7 liitesivua

Lehtori Päivi Hurri

ICT, ICT-hankinnat, ICT-palvelut, pienyritykset

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin ICT-ratkaisuja ja niistä saatavia hyötyjä. Työn tavoite oli tarjota tietoa ja ratkaisuja ICT-palvelujen hankinnan kanssa painivalle pienyrittäjälle. Tavoitteeseen päästiin muodostamalla aloittavan pienyrittäjän ICT-paketti, joka kokoaa yhteen liiketoiminnan kannalta oleelliset ICT-palvelut.

Tutkimuksen teoriaosuudessa avattiin peruskäsitteitä ja tutkittiin, mitä vaikutuksia yritysten toimintakentässä ja yhteiskunnassa tapahtuvilla muutoksilla on. Teoriaosuudessa käytiin läpi, mitä vaikutuksia yrityksiin ICT-ratkaisuilla on ollut menneisyydessä ja miten niitä hyödynnetään nykyään, sekä tarkasteltiin tulevia suuntauksia. Tutkimuksessa havainnollistettiin ICT:n merkitystä konkreettisena kilpailukeinona ja kokonaan uudenaikaisena liiketoimintamallina. Liiketoimintaa tehostamista pohdittiin myös.

Empiirisen osion tutkimusmenetelmänä oli laadullinen haastattelututkimus. Mukana oli neljä eri toimialoilla toimivaa pienyritystä ja yksi palveluntarjoaja. Haastattelujen pohjalta koottiin yhteen yrityksissä käytettyjä ICT-palveluja ja selvitettiin hankintaprosessiin liittyneitä kokemuksia. Palveluntarjoajan näkökulman kautta saatiin viitettä myös tulevista suuntauksista.

Tutkimuksen johtopäätöksissä muodostettiin kaksi ICT-pakettia. Käsitellyt ICT-palvelut jaoteltiin liiketoiminnan kannalta välttämättömiin palveluihin ja toiminnan tehostamiseen liittyviin palveluihin. Hankintaprosessin helpottamiseksi tehtiin myös ehdotus. Toiminnan tehostamista ICT-palveluilla käytiin läpi tutkimuskohteena olleiden yritysten kautta.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Management

KORTESMAA, SAKARI

Bachelor's Thesis

Supervisor

August 2013

Keywords

Essential ICT services in small business

44 pages + 7 pages of appendices

Päivi Hurri, Senior Lecturer

ICT, ICT services, small business, procurement process

This thesis was about ICT services and the resulting benefits in small business. Questions such as, how business processes can be improved by using ICT and how the changes in the operating field affect small businesses, were answered in the study.

The main goal is to give knowledge and help for the ICT procurement process by compiling essential ICT services as a package. The different ways to use ICT in the past, present and future was studied from literature.

The method for research was qualitative. The research was carried out by interviewing four entrepreneurs and one service provider. The point of interest was in the acquired ICT services and confronted difficulties in the ICT procurement process.

The main conclusion was to divide the ICT services into two different packages. The first package is a basic package of the most essential services. The second package compiles the services to improve business processes further. A suggestion to improve business processes of the interviewed companies was also given.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	ICT JA TIETOYHTEISKUNTA	7
2.1	ICT	7
2.1.1	Informaatio ja data	7
2.1.2	Tiedonvälitys teknisesti	8
2.2	Yritysten toimintaympäristön muutokset	8
2.2.1	Tietoyhteiskunta	9
2.2.2	Globaali ympäristö	10
3	ICT JA YRITYKSET	11
3.1	ICT:n yleistyminen ja hyödyt yrityksessä 1980-luvulla	11
3.1.1	Vakuutusyhtiö	11
3.1.2	Arvopaperivälitys	12
3.1.3	Terveydenhuoltoala	12
3.2	ICT:n yleistyminen ja hyödyt nykyaikaisissa yrityksissä	13
3.2.1	Nykyaikainen maitotila	13
3.2.2	Maahantuonti-, agenttuuri-, ja tukkuliikeyrittäjä	13
4	ICT JA INTERNET	14
4.1	Virtuaalitoimisto	14
4.2	Internet-palvelujen käyttö yrityksissä	15
4.2.1	Sähköposti	16
4.2.2	Www-sivut	17
4.2.3	Verkkokauppa	19
4.2.4	Sosiaalinen media	20
4.2.5	Mainonta Internetissä	21
4.3	ICT ja tietoturva	21

5	ICT JA LIIKETOIMINTA	22
5.1	ICT kilpailukeinona	22
5.2	ICT ja uudenlainen liiketoimintamalli	24
5.3	Liiketoimintaa tehostavat työkalut	26
5.3.1	Toiminnanohjausjärjestelmä eli ERP	26
5.3.2	Asiakkuudenhallintajärjestelmä eli CRM	27
6	HAASTATTELUTUTKIMUS JA SEN TULOKSET	27
6.1	Tutkimuksen suorittaminen	27
6.2	Tutkimuksen kohteena olevien yritysten esittely	28
6.2.1	Hiushauska	28
6.2.2	Tietokoneasennus JJussila	29
6.2.3	MJP Adventure	29
6.2.4	Tilkkuva	30
6.3	Tärkeimmät ICT-palvelut	30
6.4	ICT-palvelujen hankinnassa ilmenneet ongelmat	31
6.5	Palveluntarjoajan näkökulma: Tampereen puhelin	32
6.5.1	Myydyimmät palvelut	32
6.5.2	Nousevat trendit	33
6.5.3	Muut yleiset palvelut	33
6.5.4	Palvelujen hankinta	33
6.6	Palveluntarjoajan näkökulma: Elisa ja Sonera	33
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	34
7.1	Välttämättömät ICT-palvelut	35
7.2	Pienyrittäjän ICT-paketit	36
7.3	Liiketoiminnan tehostaminen ICT-palveluilla	38
7.4	Hankintaprosessin helpottaminen	40
7.5	Jatkotutkimusmahdollisuudet	40
	LÄHTEET	42
	LIITTEET	
	Liite 1. Pienyritysten haastattelut	
	Liite 2. Palveluntarjoajan haastattelu	

## 1 JOHDANTO

Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää, mitä ICT-palveluja pienyritykset tarvitsevat voidakseen harjoittaa liiketoimintaa nykyaikaisessa yhteiskunnassa. Idea tutkimukseen tuli hiljattain yrityksen perustaneelta pienyritysjältä, joka valitteli ICT-palvelujen hankintaprosessin vaativuutta. Paljon voimavaroja oli kulunut kaikkien tarvittavien palvelujen hankkimiseen. Aikaa oli kulunut myös palvelujen tarpeellisuuden selvitystyöhön, sillä tarjonta on usein hyvinkin runsasta. Vaarana on, että hankkii tarpeettomia palveluja, joihin kuluu turhaa rahaa.

Tutkimuksessa käydään läpi viestintään ja liiketoimintaan liittyviä kanavia ja työvälineitä, joista etsitään niiden hyviä ja huonoja puolia sekä pohditaan niiden tuomia mahdollisuuksia. Laitteisiin liittyviä asioita ei juurikaan käsitellä tässä tutkimuksessa. Oletuksena on, että jokaisella yrityksellä on nykyaikana käytössään jonkinlainen tietokone ja perus toimisto-ohjelmat. Mobiililaitteista sivutaan älypuhelimien käyttömahdollisuuksia ja tavallista kännykkää, sillä asia nousi tutkimuksessa erityisesti esiin.

Peruspalveluiden määrittämisen lisäksi tutkimuksessa selvitetään, millä ICT-palveluilla toimintaa voitaisiin jatkossa tehostaa. Tätä varten tutkitaan, mitä hyötyä ICT-palveluista on aikaisemmin saatu verrattuna tilanteeseen, jossa asiat on hoidettu ilman ICT:n apua. Näiden lisäksi tutkitaan, mitä vaatimuksia toimintaympäristön suunnalta tulee. Tähän selvitykseen kuuluvat muutokset yhteiskunnassa ja työelämässä erilaisten ICT-ratkaisujen vaikutuksesta.

Tutkimus on tehty laadullisena tutkimuksena haastattelemalla eri aloilla toimivia pienyrityksiä. Haastatteluun on valikoitu neljä mahdollisimman uutta yritystä, joilla ICT-palveluiden hankintaan liittyvät asiat ovat vielä tuoreessa muistissa. Tämän lisäksi olen haastatellut yhtä palveluntarjoajaa tuomaan vertailukohtaa siihen, mitä palveluita olisi tarjolla. Palveluntarjoajan haastattelun kautta saadaan myös hyvä näkökulma yrityksissä käytettävistä palveluista. Haastateltavana on yritysmyyjä, joka on päivittäin tekemisissä yritysten ICT-ratkaisujen kanssa ja pystyy näin ollen puhumaan kokemuksensa pohjalta.

## 2 ICT JA TIETOYHTEISKUNTA

### 2.1 ICT

Lyhenne ICT tulee sanoista Information and Communication Technology (1). Kyseessä on englanninkielinen lainasana, eikä siksi virallisesti suomenkieltä. Sanalle löytyy virallisia korvaavia termejä, joita ei kuitenkaan kuule normaalisti puhekielessä käytettävän. Suora suomennus on yksi ehdotetuista korvaajista eli informaatio- ja kommunikaatioteknologia, jonka lyhenne on IKT (1). Muita korvaavia termejä ovat esimerkiksi tieto- ja viestintäteknologia, jonka lyhenne on TVT tai vaihtoehtoisesti automaattinen tietojenkäsittely, jonka lyhenne on ATK (2). Käytössä on myös pitkään ollut termi Informaatioteknologia eli IT, joka on laajasti käytössä puhuttaessa yritysviestintään liittyvistä asioista. Internetin perushakupalveluja, kuten Google, käytettäessä tietoa aiheesta löytyy parhaiten juuri ICT- tai IT-termillä. Käytän jatkossa pääasiassa ICT-lyhennettä. Termin alle kuuluu yleisimmin kaikki asiat siitä, kun tietoa välitetään tai käsitellään käyttäen tekniikan suomia kanavia ja mahdollisuuksia.

#### 2.1.1 Informaatio ja data

Kun halutaan välittää viesti toisella vastaanottajalle jollakin tietoteknisellä välineellä, välitetään dataa. Data voi olla mitä tahansa informaatiota, kuten kuvaa tekstiä tai ääntä, jota teknisin keinoin siirretään paikasta toiseen. Datan voisi määritellä ykkösten ja nollien lukujonona. Data-sanalle on myös yritetty keksiä hyvä suomenkielen vastine. Yleisimmin käytetään sanaa tieto. Tieto sana on yleensä termien etuliitteenä, kuten tietotekniikka tai tietoliikennetekniikka. Tieto tarkoittaa suomenkielessä myös toista asiaa, jonka merkitys voi toisinaan sotkea tarkoitusta, sillä se ei liity mitenkään siihen mitä datalla halutaan ilmaista. Data voi tarkoittaa myös analogista dataa, mutta nykyään kaikki tieto ja informaatio pyritään muuttamaan digitaaliseen muotoon. (3: 7, 8, 15.) Keskityn käsittelemään vain digitaalista dataa.

Datan alkuperä on latinan sanassa datum, joka tarkoittaa: *Se, mikä on annettu* (3: 15). Lähtökohtaisesti data siis on muuttumatonta. Mikäli data muuttuu siirrettäessä, seuraa väistämättä ongelmia. Lähtökohtainen pyrkimys onkin välittää data mahdollisimman muuttumattomana, jolloin sen sisältämä informaatio tai tieto on ymmärrettävissä vastaanottajan päässä. (3: 15.)

ICT ei rajoitu vain pelkästään tiedon välittämiseen. ICT myös tuottaa lisää informaatiota itsestään, tallentamalla toiminnoissa tapahtuneita asioita ja muuntamalla ne analysoitavaan muotoon. Näin ollen ICT on ikään kuin itseään ylläpitävä ja ruokkiva asia. (4: 27, 28.)

### 2.1.2 Tiedonvälitys teknisesti

ICT:n kirjainyhdistelmästä C tarkoittaa viestintää (engl. communication) ja on merkittävä osa itse termiä. Viestintä perusmallissaan on kahden pisteen välillä tapahtuvaa informaation siirtoa. Kahden pisteen välille tarvitaan jonkinlainen yhteys, jotta ne voisivat olla vuorovaikutuksessa keskenään eli viestiä tai kommunikoida. Yhteys datan siirtoa varten täytyy muodostaa jotakin fyysistä siirtotietä pitkin. Siirtotie voi olla langaton antennien välinen radioaaltoja hyväksi käyttäen muodostettu yhteys, tai sitten voidaan käyttää kiinteää johdinta pitkin muodostettua yhteyttä. Kiinteä yhteys on toteutettu usein joko metallijohtimien muodostamaa virtapiiriä hyödyntäen tai sitten valokuituna, jossa valo kuljettaa dataa lasinsäiettä pitkin. (3:15.) Siirtoteillä on jokaisella erilaiset ominaisuudet. Merkittäväksi käyttötarkoituksen kannalta tulee signaalin heikkeneminen ja siirtonopeus. Valokuidussa signaali heikkenee paljon hitaammin kuin esimerkiksi metallisessa johtimessa radioyhteydestä puhumattakaan. Signaalin heikkeneminen taas hankaloittaa sen vastaanottamista (3: 55, 74).

## 2.2 Yritysten toimintaympäristön muutokset

Yhteiskunnassa on viimeaikoina tapahtunut suuria muutoksia. Muutokset ovat luonnollisesti heijastuneet yritysten toimintaan. (5: 44.) Muutoksia toimintaympäristöön aiheuttavat erityisesti globalisaatio ja tietoyhteiskuntaan siirtyminen (6: 22). Globalisaation vaikutuksesta merkittävää on jatkuva reagoiminen ja sopeutuminen maailmalla tapahtuviin trendeihin ja suuntauksiin. Kiihkeimmillään asiat voivat muuttua päivittäin. Kilpailukyvyyn säilyttämisen keinoja on etsittävä jatkuvasti. Toimintamalleja pitää sopeuttaa tilanteen vaatimalle tasolle. *Uuden talouden työyhteisöjen ominaispiirteitä ovat mm. hajautettu toiminta, verkostoituminen, matalat hierarkiat, sekä tiimi- ja projektityö.* (5: 44). Yritykselle tai organisaatiolle, joka toimii tällaisessa ympäristössä, on merkittävää myös luovuuden ja innovatiivisuuden tukeminen. (5: 44.)



### 2.2.1 Tietoyhteiskunta

Nykypäivän Suomi määritellään tietoyhteiskunnaksi. Tällaisen yhteiskunnan kehittäminen nähdään jopa kansallisena tavoitteena. Kuuluakseen yhteiskuntaan mukaan ihmiset hankkivat erilaisia viestintävälineitä ja tekniikkaa. Vauhdissa mukana pysyäkseen täytyy hankkia esimerkiksi tietokone, kännykkä ja Internet-yhteys. (7: 10, 11.)

Tietoyhteiskunta on aiheuttanut sen, että tiedosta itsestään on tullut irrallinen tavaraan rinnastettava resurssi, jolla on arvoa itsessään. Kautta historian yhteiskunnat ovat jollain tapaa perustuneet tiedon välittämiseen toisille ihmisille. Tietoyhteiskunnassakaan tieto olemukseltaan itsessään ei ole muuttunut. Tiedon arvostus ja asema on kuitenkin kasvanut ja muuttunut. Tämä aiheuttaa sen, että tiedosta ja siihen käsiksi pääsemisestä joutuu useimmiten maksamaan. (7: 10, 11.)

Tietoyhteiskunta on ihmisten elämässä jo niin luonnollisesti, että ilman sen suomia mahdollisuuksia ja kanavia monen olisi vaikea elää. Kun ihminen herää aamulla, niin hän ensimmäisten aamutoimien aikaan on jo yleensä tekemisissä tietoyhteiskunnan kanssa lukemalla päivän lehden, avaamalla radion tai television. Uusimpana ja lisääntyvänä trendinä on myös tietokoneen käynnistäminen ja sieltä Facebook-päivitysten tarkistaminen. Sama onnistuu kätevästi myös kännykästä käsin. Ihmiset katsovat, mitä yön aikana on maailmalla ja toisten ihmisten elämässä tapahtunut. Kiinnostavista tapahtumista on helppo hakea lisää syventävää tietoa Internetistä. (5: 29, 30.) Pienet tietovirrrat kasvavat helposti suuremmiksi virroiksi. Tieto itsessään luo tarvetta hankkia lisää tietoa.

Osa maailman tapahtumista saattaa vaikuttaa jopa tulevan päivän töihin, jolloin tietovirrasta ei voi kokonaan jättäytyä enää sivuun. Ei ole väliä millä alalla yritys toimii, jotta tämä asia koskettaisi. *Työ perustuu tietoon, sen saatavuuteen ja vaihdantaan. Organisaatio voi toimia millä sektorilla tahansa alkutuotannosta jalostukseen, teollisuusyrityksiin, palvelualoille, konsultointiin, hallintoon ja järjestöihin, mutta aina sen olemassaoloon ja toimintaan liittyvät tieto, sen käsittely, muokkaaminen ja jalostaminen jossakin muodossa.* (5: 29, 30.) Tietoyhteiskunnassa elettäessä, tiedon hyödyntäminen ja sen hankinta ovat merkittäviä tekijöitä. Tämä koskettaa erityisesti työelämää. (8: 3.)

”Vanhoina aikoina” oli myös merkittävää se, että työpaikka oli tietty fyysinen paikka, johon mentiin joka päivä. Työpaikkaan saapumisella oli tietty ajankohta ja työpäivä kesti tietyn aikaa. Kun työtunnit olivat täynnä, työpaikalta tultiin pois. Tulevat tehtävät ja tapahtumat olivat useimmiten tiedossa jo hyvissä ajoin etukäteen. Nykyisissä työyhteisöissä on enenevässä määrin ihmisiä, joille edellinen määritelmä on täysin vieras ja vanhanaikainen. Nykyisin työtä voi tehdä siellä missä ollaan kyseisellä hetkellä. Kun työtetään samaa projektia toisten kanssa, se perinteisesti tehdään samassa paikassa samaan aikaan. Nykyisin projektissa pystyy useimmissa tapauksissa olemaan täysin mukana, vaikka sitä työstäisi vaihtoehtoisesti täysin eri paikassa ja jopa eri aikaan. Etätyölle on ominaista se, että ainakin ajoittain ollaan eri paikoissa. Teknologia mahdollistaa kaikki nämä vaihtoehdot. Ihmiset voivat olla läsnä toisilleen, vaikka ovat fyysisesti täysin eri paikoissa. Tulevaisuuden elämäntapa alkaa muodostumaan siihen suuntaan, että jatkuva läsnäolo verkossa on normaalia. (5: 29.)

Uudenlaisessa toimintaympäristössä oikeanlaisella viestinnällä on suuri merkitys. Viestintäosaamisessa korostuu muutama osa-alue. Tärkein kaikista on kyky pukea ajatuksensa sanoiksi tai tekstiksi, koska muuten viestin välittäminen on mahdotonta. Täytyy myös osata keskustelun ja dialogin tärkeä taito. Tärkeää on myös suhdetoiminta muiden ihmisten ja organisaatioiden tai verkostojen kanssa. Viestintä ja yhteydenpito muodostuvat hankalaksi tai ovat tehottomia, jos ei osata käyttää viestintävälineitä. Kaikki edelliset kyvyt kokoa yhteen taito käyttää niitä oikein erilaisissa tilanteissa. (5: 30, 31.)

### 2.2.2 Globaali ympäristö

Yhteiskuntien muuttuminen tietoyhteiskunniksi maailmanlaajuisesti nopeuttaa globalisaatiota. Kulttuurivaikutteiden siirtymistä on pidetty perinteisesti globalisaation merkinä. Tietoyhteiskunta nopeuttaa myös tiedon siirtymistä vaikutusalueesta ja kulttuurirajoista piittaamatta. Tietoisuus maailman tapahtumista lisääntyy. *Ihmiset ovat siirtyneet maailma laajuiseen ja synesteettisen heimokulttuurin piiriin.* Maailmasta on muodostunut ikään kuin globaali kylä, joka vaikuttaa ja muokkaa kansalaistensa arkea. (7: 59.)

Suomessa on kehittynyt infrastruktuuri ja verkkoteknologian hyödyntäminen on helppoa, sillä verkkoyhteydet ovat luotettavat laajalti saatavilla. Myös muut vauraat maat kehittävät infrastruktuuria ja liittyvät mukaan tietoyhteiskuntaan. Liiketoiminnan

maantieteellinen alue kasvaa. Kielitaidon merkitys korostuu, sillä kauppaa käydään muullakin kuin omalla äidinkielellä. (6: 22.)

Globalisaatio vaikuttaa yritysten toimintamahdollisuuksiin ja jopa toimintaedellytyksiin (6: 23). Itse pystyn näkemään vaikutukset omassa elämässäni. Kiinalainen elektroniikkaa ja siihen liittyviä laitteita myyvä kauppa lähettää mainoksia suoraan sähköpostiini viikoittain. Olenpa myös joskus ostanut tavaroita heidän verkkokauppansa kautta. Suomessa toimivat yritykset, joutuvat ottamaan huomioon toisella puolella maailmaa toimivat yritykset ja heidän vaikutuksensa kilpailutilanteeseen (6:23). Suomalaiset kaupat eivät aina pysty kilpailemaan yhdessä merkittävässä tekijässä, eli hinnassa. Jotta ostaisin tavarat suomalaisesta kaupasta kalliimmalla, lisäarvo täytyy tulla jostain muusta asiasta. Lisäarvoksi käy esimerkiksi toimitusvarmuus ja nopeus tai palvelun luotettavuus.

### 3 ICT JA YRITYKSET

#### 3.1 ICT:n yleistyminen ja hyödyt yrityksessä 1980-luvulla

ICT on jo melko vanha keksintö, vaikka sen leviäminen nykyiselle on ottanut oman aikansa. 1980-luvulla elettiin siirtymäkautta, kun monissa toimistoissa ympäri maailman siirryttiin paperipinokulttuurista reaaliaikaisiin tietokonejärjestelmiin. Etu oli merkittävä, sillä tieto oli välittömästi tallentamisen jälkeen kaikkien saatavilla. Ennen tietokoneiden yleistymistä, jos tieto haluttiin säilyttää, se piti kirjoittamisen jälkeen fyysisesti viedä arkistoon. Sitten kun tietoa taas tarvittiin, se piti jälleen fyysisesti etsiä ja hakea säilytyspaikastaan. Päästäkseen eroon tästä aikavievästä prosessista, monet yritykset siirtyivät hyödyntämään tietotekniikkaa. (4: 151.)

##### 3.1.1 Vakuutusyhtiö

Aamulla töihin tullessaan korvauskäsittelijä haki postihuoneesta pinon hänelle saapuneita korvaushakemuksia. Hän joutui etsimään ja hakemaan arkistosta jokaista asiakasta koskevat sopimustiedot, jotta hän pystyi tekemään päätökset. Tämän jälkeen sama käsittelijä päivitti arkistoon menevät lomakkeet ja kirjoitti maksumääräykset, jotka hän toimitti eteenpäin päivän päätyttyä. Aikaa kului paljon manuaalisiin vaiheisiin. (4: 151, 152.)

Uusien tuulien puhaltaessa sama toimisto siirtyi hyödyntämään tietokonejärjestelmiä, jolloin tilanne muuttui. Hakemukset saapuivat edelleen postitse, mutta nyt asiakastiedot ja sopimukset sai työpisteeseen napin painalluksella. Heti sen jälkeen, kun tiedot oli käsitelty ja päätös tehty, kaikki tallentui oikeaan paikkaan. Korvaus välittyi myös saman tien suoraan asiakkaan pankkitilille. (4: 152.)

### 3.1.2 Arvopaperivälitys

Arvopaperivälitykseen erikoistuneessa toimistossa arvopapereiden siirtoa hoitamassa oli seitsemänkymmentä henkilöä. Toimenpiteeseen tarvittiin vanhan järjestelmän aikana sekä siirronvahvistajaa, että tallentajaa. Siirronvahvistaja hoiti ja tarkisti kaikki siirron edellytykset, kuten omistajan siirtomerkinnät ja vakuudet ym. viralliset asiat. Tämän toimenpiteen jälkeen hän vei paperit tallentajalle, jonka tehtävä oli syöttää tiedot tietokoneelle. Kaikki päivän aikana kertyneet siirrot suoritettiin päivän loputtua eräajona. (4: 152.)

Yhtiö siirtyi uuteen järjestelmään vuonna 1981, joka mahdollisti siirtotapahtuman hoitamisen reaaliajassa. Uudessa järjestelmässä tapaukset ohjautuivat automaattisesti vapaalle siirronvahvistajalle. Jokainen työn vaihe voitiin hoitaa tietokoneen välityksellä, vaikka vahvistajat saivat vielä jokaisesta tapauksesta myös paperikopiot. Tallentaminen oli nopeaa, sillä määrämuotoiset lomakkeet oli nopea syöttää järjestelmään. Kone myös tarkisti kenttien oikeellisuuden, ennen kuin tapahtumissa saattoi edetä seuraavaan vaiheeseen. Yhtiön johtajat katsoivat, että uuden järjestelmän avulla päästiin yhdeksänkymmenen kahdeksan prosentin virheettömyyteen. Työvoimaa pystyttiin myös siirtämään toisiin tehtäviin kaksikymmentä prosenttia. (4: 153.)

### 3.1.3 Terveystietopalvelu

Terveystietopalvelulla, jossa tietoa kerätään, arkistoidaan ja välitetään runsaasti, tietotekniikka oli alusta asti merkittävä apu. Tietotekniikkaa onkin hyödynnetty jollain tapaa jo seitsemänkymmentäluvulta asti. Yhdeksänkymmentäluvun alussa tiedonvälityksen nopeuttaminen ja helpottaminen havaittiin tärkeäksi kehityskohteeksi. Tiedonvälitykseen haettiin apua koko ajan kehittyvästä tietotekniikasta. Siihen asti vakiintuneet tavat, kuten paperisten dokumenttien siirtely lähettipostina, eivät olleet enää kaikista tehokkaimpia tapoja hoitaa asia. Vanhat tavat olivat heikkoja nimenomaan lai-

tostenvälisessä tiedonvälityksessä, puhumattakaan kansainvälisestä viestinnästä. (9: 9, 10, 12.)

Yliopistollisilla sairaaloilla oli omat ATK-osastot, jotka tekivät urauurtavaa kehitystyötä. Muut laitokset, joilla ei ollut mahdollisuutta omaan ATK-osastoon, ottivat heidän kehittämiään ja käytössä hyväksi havaittuja menetelmiä käyttöönsä. Jo tuohon aikaan osa tutkijoista ja lääkäreistä tukeutui kansainvälisiin tietopankkeihin, joista oli mahdollista hakea tietoa. (9: 81, 82.)

### 3.2 ICT:n yleistyminen ja hyödyt nykyaikaisissa yrityksissä

Tietokoneiden tuleminen yrityksiin aiheutti suuria muutoksia 1980-luvulla. Nyt 2010-luvulla seuraavan muutoksen näyttäisi aiheuttavan liikkuvuuden lisääntyminen mobiililaitteiden ja pilvipalvelujen yleistymisen myötä. Tekniikan kehittymisen hyötyjä voidaan soveltaa alalla kuin alalla.

#### 3.2.1 Nykyaikainen maitotila

Maataloudessa, kuten missä tahansa muussakin yritystoiminnassa, pyritään jatkuvasti tehostamaan toimintaa. Maatalouteen kehitetään jatkuvasti uutta automatiikkaa, jonka tarkoitus on tehokkuuden lisääminen ja ihmisille koituvan työkuorman pienentäminen. Suomalaisella Laukkalan maitotilalla on käytössä viisi tietokonetta. Tietokoneet ohjaavat tuotantoprosesseja ja niitä käytetään myös tuotannon raportointiin. Monet ilmoitukset, kuten vaikkapa lehmien syntymäilmoitukset, hoidetaan Internetin välityksellä. Tavoitteena on myös hyödyntää tietotekniikkaa älypuhelimien kautta suoraan esimerkiksi pellolta käsin, jolloin viljelyyn liittyvät merkinnät tietokantoihin voidaan tehdä välittömästi kohteessa. Osaa viljelyohjelmista voidaan suoraan käyttää myös älypuhelimella. Toiminnan tehostamisen pullonkaulaksi on muodostunut ainoastaan hidas Internet-yhteys. *Tietoliikenneyhteydestä on tullut toiminnan kannalta välttämättömyys.* (10.)

#### 3.2.2 Maahantuonti-, agentuuri-, ja tukkuliikeryrittäjä

Suomalainen yrittäjä, joka pyörittää maahantuonti-, agentuuri- ja tukkuliikettä, käyttää liikkuvaa toimistoa täysipäiväisesti. Käytössä ovat Office 365-toimisto-ohjelmat pilvipalveluna, ja niitä käytetään pääasiassa älypuhelimella. Suuri osa käytöstä tapahtuu

tien päällä ollessa ja näin säästyy aikaa, kun toimistolle palatessa ei tarvitse enää päivittää tilannetta. Yrittäjä ottaa vastaan tilauksia ja toimittaa niitä, lukee sähköpostit, kirjoittaa laskut ja päivittää verkkosivujaan suoraan älypuhelimellaan. Käytössä on suuryritystason työvälineet, mutta niiden hankinta pakettiratkaisuna operaattorilta on hoitunut pienillä aloituskustannuksilla. Älypuhelimien lisäksi käytettävissä on myös kannettava tietokone. Tietoliikenneyhteyksissä tukeudutaan sekä kiinteään- että mobiililaajakaistaan. (11.)

## 4 ICT JA INTERNET

Tiedon haussa ja välityksessä mullistuksen on tuonut Internet, jonka välityksellä kuka vain voi päästä käsiksi informaatioon, vaikka se sijaitisi eri puolella maapalloa (3: 8). Alussa Internetiä hyödynsivät lähinnä yliopistot ja tutkimuslaitokset. Varsinainen mullistus onnistui vasta, kun käyttäjäystävällisyys parani riittävästi, jotta Internetin tekniikoita voitiin ruveta hyödyntämään kotona ja yrityksissä. (7: 102.)

Internetin rungon muodostavat palvelimet, jotka ovat keskenään yhteydessä. Palvelimet ovat yhdistetty toisiinsa mahdollisimman nopealla yhteydellä, jolloin tiedon välittäminen toiselle puolelle maapalloa kestää vain muutaman sekunnin. Palvelin on tietokone, joka jakaa tiedostoja siihen yhdistetyille tietokoneille. *Internet on itse asiassa tietoverkkoja yhdistävä verkko.* (8: 38.)

### 4.1 Virtuaalitoimisto

Virtuaalitoimisto on suhteellisen vanha käsite, mutta se edelleen vakiinnuttaa asemansa nykyajan yritystoiminnassa. Virtuaalitoimiston idea on, että se kulkee mukana siellä missä ikinä liikutaankin. Kännykkä ja kannettava tietokone sekä modeemi (*nykyisin nettitikku, oma huom.*), muodostavat virtuaalitoimiston perustan. Tällainen toimisto on jo pitkään ollut käytössä esimerkiksi myyntiedustajilla, jotka työnsä puolesta liikkuvat paljon. Tämä työskentelytapa lisääntyy entisestään, kun haetaan kustannussäästöjä vaikka kiinteistökuluissa, sillä virtuaalitoimisto ei ole sidottu mihinkään paikkaan kiinteästi. (12: 265.) Uusin tekniikka mahdollistaa myös sen, että älypuhelimella voidaan tarvittaessa korvata kokonaan muut mukana kulkevat laitteet (11).

Nykyisin taloussympäristö ja yrityskenttä ovat alttiita muutoksille. Yrityksiltä vaaditaan dynaamisuutta, jotta ne pystyisivät vastaamaan muuttuviin tilanteisiin. Erityisesti

pienet yritykset hyötyvät virtuaalitoimiston eduista. Pienet yritykset ovat muutenkin kevyempirakenteisia ja siten niiden on helpompi tehdä muutoksia. Pienet yritykset kykenevät muuttumaan ja muuttamaan toimintaansa paremmin kysynnän ja tarjonnan mukaan. Tekniikka mahdollistaa sen, että tarvittaessa useampi osaaja voi yhdistää voimavaransa erilaisissa erityisosaamista vaativissa projekteissa. Näin organisaatiot voivat olla rakenteeltaan löyhempiä. (12: 265.)

Virtuaalitoimiston tärkein etu on nopea reagointikyky muutosten ilmaantuessa. Virtuaalitoimiston kautta voidaan saavuttaa erilaisia kustannussäästöjä ainakin kiinteistö- ja matkakuluista. Virtuaalitoimisto helpottaa tarvittaessa myös maailmanlaajuista toimintaa, koska tekniikka mahdollistaa yhteydenpidon ja työskentelyn paikasta tai ajasta riippumatta. (12: 265.)

## 4.2 Internet-palvelujen käyttö yrityksissä

Internet on nykyään merkittävä pohja lähes kaikelle yritysten toiminalle. Internet, kuten mikä tahansa muu liiketoiminnan osa-alue, vaatii investointeja. Eri yritysten panostus Internetiin vaihtelee suuresti. Panostus määräytyy sen mukaan, kuinka paljon kyseiselle osa-alueelle laitetaan tuottotavoitteita. *Internet liiketoiminnan osana vaatii henkilöstöresursseja, koulutusta, laiteinvestointeja ja usein myös konsultointia* (6: 30). Tärkeä näkökulma on se, että myös Internet-palveluihin sijoitettu raha pitäisi saada tuottamaan joko suoraan tai välillisesti. Välillinen tuotto voi olla kustannussäästö, kun jokin toinen osa-alue voidaan siirtää hoidettavaksi Internetin kautta. Esimerkiksi rekrytointi voidaan järjestää www-sivujen kautta. (6: 30.)

Hyvä esimerkki mahdollisista kustannussäästöistä on juurikin rekrytointi. Internetin ja erityisesti yrityksen omien www-sivujen kautta rekrytoimalla voidaan saavuttaa monia etuja. Silloin kun yritys ilmoittaa avoimista työpaikoista www-sivuillaan, saavutetaan heti yksi merkittävä tavoite eli houkutteleva sisältö. Jokaisilla www-sivuilla pitäisi olla sisältöä, joka houkuttelee ihmisiä käymään sivustolla uudestaan. Työpaikat saadaan hakuun heti, kun sellaisen tarve tulee. Tärkeää on myös se, että ilmoitus voidaan poistaa välittömästi, kun paikka on täytetty. Turhia hakemuksia ei tämän jälkeen enää saavu viemään henkilöstön aikaa. (6: 144, 115.)

Internetistä ja Internet-palveluista keskusteltaessa esiin nousee yleensä kuluttajan näkökulma. Internet koetaan usein yksilöiden temmelyskenttänä. Se mitä yritykset voi-

vat tarjota kuluttajille, on etusijalla. Monet palvelut, kuten virtuaaliyhteisöt ja verkkokaupat, nousevat parhaiten esiin, jos niiden kohderyhmä on kuluttaja. Yritysten välisestä verkkokaupasta oltiin vielä vuosituhannen vaihteessa melko tietämättömiä ainakin Suomessa. Kuitenkin uusien tekniikoiden ja käytäntöjen leviäminen yritysmaailmassa ennustettiin jo silloin nopeaksi. (6: 14, 16.) Nykypäivänä ICT-alalla tukkuliikkeit, kuten esimerkiksi ALSO Finland, tarjoavat palvelujaan Internetin kautta (13).

Internetin tarjoamista palveluista yrityksissä käytetään eniten sähköpostia. Se on osoittautunut kustannustehokkaaksi vaihtoehdoksi välittää kirjallista viestiä. Www-sivuilla on ollut pitkä tie yrittäessään korvata painettuja esitteitä, ja ainakin aluksi ne saivat vain täydentävän vaihtoehdon aseman. Verkkokauppa eli suoramyynti verkossa on myös kärsinyt ongelmista, jota ainakin alkuvaiheessa häiritsi turvallisen rahansiirron epävarmat tekniikat. Rahansiirtoon kohdistui monia ennakkoluuloja. (12: 174.) Teknologian kehittyminen on mahdollistanut Internetin kautta tapahtuvan verkostoitumisen ja yhteisöjen syntymän mm. osaamisalojen tai kiinnostuksenkohteiden ympärille. Sosiaalinen media eroaa muista kanavista siinä, että sisällöntuottajana toimivat pääsääntöisesti käyttäjät itse. (5: 76.)

#### 4.2.1 Sähköposti

Sähköposti oli ensimmäisiä asemansa laajasti vakiinnuttaneita palveluita. Muut Internet palvelut, kuten tiedostojen jako, etäryhmätyö ja markkinointi, ovat pitkään olleet toissijaisia toimintoja (12: 174). Sähköposti on toiminut ikään kuin porttina uusiin teknologioihin. Se muistuttaa muodoltaan perinteistä paperista kirjettä, mutta kaikki toiminnot vain tapahtuvat sähköisesti. Aluksi sähköpostia pidettiin mullistavana uutena foorumina, joka mahdollistaisi paljon erilaisia tiedonjakomenetelmiä, kuten *tosiaikaisen keskustelun ja ajatustenvaihdon*. (5: 77.)

Sähköpostiviestit voidaan jakaa kolmeen perustyyppiin. *Ilmoitustaulutyypiset viestit, postinkantajaviestit eli vanhat tiedot tai liitetiedostot tiedoksi tai toimenpiteitä varten ja dialogityypiset keskusteluviestit* (5: 77). Muissa kirjoitussävy on periaatteessa virallinen, paitsi dialogityypissä, jossa kirjoitusasu voi olla vapaampi. (5: 77.)

Sähköpostin ongelmaksi on muodostunut roskapostin valtava lisääntyminen. Ihmisille saattaa tulla kymmeniä tai satojakin viestejä päivässä. Tämä vie sähköpostin alkupeleistä ideaa pois ja laskee viestinnän tehoa. (5: 77.) Roskapostin takia on alettu etsi-

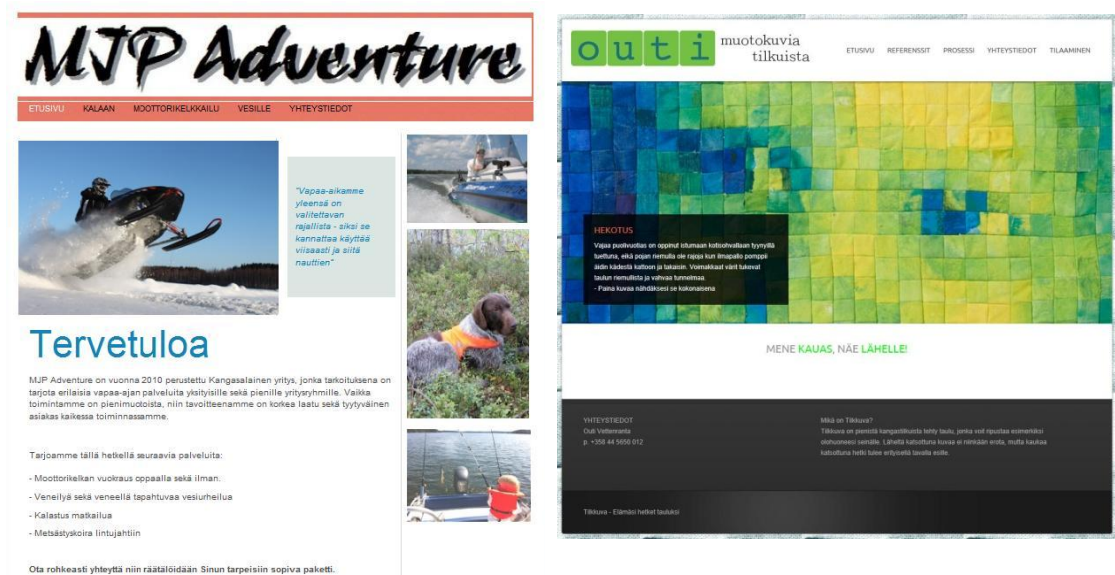


mään vaihtoehtoisia tapoja, sillä nykyisellään sähköposti saattaa muodostua tuottavuuden jarruksi, jos siihen tukeudutaan liikaa (14).

Sähköpostin käyttöön liittyi myös paljon odotuksia, jotka olivat osittain epärealistisia. Sähköpostia yritetään monesti käyttää suurien ryhmien keskustelukanavana, johon se soveltuu huonosti. (5: 76, 77.) Sähköposti kuitenkin toimii erinomaisesti tietyntlaisissa tilanteissa, kuten esimerkiksi henkilön tavoittamisessa, jota ei juuri haluttuna hetkenä saada puhelimella kiinni kiireellisyytensä takia. Sähköpostin avulla hänelle voidaan välittää nopeasti tarvittavat tiedot. Sähköposti tuo mukanaan kustannussäästöjä, sillä dokumentteja ei tarvitse enää lähettää tavallisen postin välityksellä. Sähköposti päihittää nopeudessaan tavallisen kirjepostin. (12: 266.)

#### 4.2.2 Www-sivut

Nykyaikainen yritys tarvitsee www-sivut tai tuttavallisesti kotisivut saadakseen näkyvyyttä siellä, missä ihmiset liikkuvat, eli Internetissä. Sivuston toteutukseen on muutama erilainen tekninen lähestymistapa, mutta tärkeintä on, että yritys löytyy Internetistä ainakin jollain tapaa. (15.) Kun halutaan käyttää Internetiä hyödyksi liiketoiminnassa, www-sivut kuuluvat siihen olennaisena osana (6: 28). Yrityksen koolla ei ole merkitystä siihen, voiko www-sivuja hankkia. Pienyritykset MJP Adventure ja Tilkkuva ovat esimerkiksi hankkineet omat www-sivut. (Kuva 1.)



Kuva 1. MJP Adventuren ja Tilkkuvan kotisivujen etusivut (16, 17).

Sivustot voivat olla niin sanottuja staattisia sivuja. Tämä tapa on perinteisempi ja helpompi ylläpitää, jos yritys ei halua jatkuvasti päivittää sivustoaan. Oikein toteutettu staattinen sivusto voi toimia hyvin tarkoituksessaan passiivisesta luonteestaan huolimatta. Kaikilla ei välttämättä edes ole jatkuvaa päivitystarvetta. (15.) Paavilainen tosin kritisoi nk. Internetiin siirrettyjä paperiesitteitä kovin sanoin. *...Internetin perimmäinen idea katoa ja se muuttuu passiiviseksi välineeksi ilman interaktiivisuutta.* (6: 28.)

Dynaamisen sivuston idea on, että sisältö muuttuu eli päivittyy jatkuvasti. Dynaamisen sivuston kautta voidaan helposti julkaista ajantasaisia tiedotteita, uutisia tai blogeja. Dynaaminen sivusto yleensä vaatii toimiakseen jonkinlaisen julkaisujärjestelmän. (15.) Dynaamisen sivuston kautta toteutuu helpoiten se, että asiakas palaa uudestaan samalle sivulle. Mielenkiinto pysyy yllä silloin, kun sisältö päivittyy ja tarjottu tieto on kiinnostavaa. (6: 31.)

Www-sivut voidaan luonnollisesti toteuttaa joko hyvin tai huonosti. Erityisesti ensimmäisiä Internet-sivujaan toteuttavat yritykset sortuvat helposti moniin virheisiin. Silloin kun yrityksessä Internetin hyödyntämiselle ei ole tehty pitkän aikavälin suunnitelmaa eikä ymmärretä sen suomia mahdollisuuksia, voi sivustojen laatu jäädä huonoksi. Tyypillisimmät virheet ovat hyvin yleisiä. Sivustoa voi olla erittäin hankala löytää hakukoneoptimoinnin puuttuessa. Sisältöpuolella voi olla suuria ongelmia, jolloin se ei kiinnosta ketään. Sisältöongelmaksi muodostuu esimerkiksi www-sivuilla

oleva vanhentunut tieto. Graafinen toteutus tai sivujen käyttäjäystävällisyys voi olla myös pielessä. (6: 42.)

Silloin kun yrityksen on tarkoitus tavoittaa asiakkaita oman maan rajojen ulkopuolelta, täytyy ottaa huomioon muutamia erityispiirteitä. Useimmiten suomalaisten yritysten verkkotunnuksen päätte on .fi. Tämä useimmiten mielletään osoittamaan yrityksen kotipaikan tärkeyttä. Silloin kun yritys haluaa siirtyä selkeämmin kansainvälisille markkinoille, kannattaa harkita .com-päätteeseen siirtymistä. Luonnollisesti kieli pitää olla jotain muuta kuin suomea. Sivustojen kielen määrää se, missä maassa potentiaaliset asiakkaat ovat, mutta englanninkielisillä sivustoilla menestyy jo melko hyvin. Yleensä pelkkä mekaaninen kielen kääntäminen ei käy laatuun, vaan myös kohdemaan kulttuuriseikat tulee aina huomioida. Tämä tarkoittaa usein koko sisällön ja sivuston uudelleensuunnittelua. (6: 31, 44.)

#### 4.2.3 Verkkokauppa

Kaikkien yritysten ei kannata perustaa verkkokauppaa, mutta mikäli tuotteet sopivat myytäväksi verkkokaupassa ja potentiaaliset asiakkaat ovat tottuneet asioimaan verkossa, verkkokaupasta voi saada monia etuja. Verkkokauppa tuo monia säästöjä mukanaan, sillä esimerkiksi kallista liikehuoneistoa ei tarvita tavaroiden esittelemiseen, vaan kaikki tapahtuu Internet-sivujen kautta. (6: 72, 73.) Verkkokaupan ongelmat ovat ainakin aluksi liittyneet luotettavuuteen. Kuitenkin 2010-luvulla kuluttajat ovat siirtyneet suurella joukolla verkkokauppaan. Tästä johtuen yritykset, jotka eivät ole olleet kykeneviä siirtymään Internet-myyntiin, ovat joutuneet vaikeuksiin. Tämä koskee erityisesti pienempien erikoisalojen kauppaa, kuten musiikkiliikkeitä, joista moni perinteinen myymälä on joutunut lopettamaan toimintansa kannattavuusongelmien takia. (18.)

Verkkokaupassa voi myydä lähes mitä vain, aineettomista tuotteista tavaroihin ja ruokaan. Aineettomat tuotteet kuten tietopalvelut, tietokoneohjelmat ja musiikki, jotka toimitetaan suoraan verkon kautta sähköisessä muodossa, ovat helpoiten myytäviä ja toimitettavia tuotteita. Aineeton tuote voidaan toimittaa asiakkaalle välittömästi maksetupahtuman jälkeen. Tavaroiden myynti muistuttaa teknisesti postimyyntiä ja helpottaa erityisesti etäämpänä asuvien asiakkaiden asioimista. Yksi verkkokaupan eduista on se, että se voi olla auki ympäri vuorokauden. (6: 60 – 66, 74.)

Verkkokaupan mahdollisuudet ovat houkuttelevat. Verkkokaupan kautta yritys pystyy tavoittamaan hetkessä miljoonia potentiaalisia asiakkaita ympäri maailman. (12: 173.) Erityisesti euron tultua yhteisvaluutaksi myynti Euroopan markkinoille on tullut helpommaksi järjestää. Kansainvälinen verkkokauppa on helppo toteuttaa kevyelläkin organisaatiolla ja suhteellisen pienillä aloituskustannuksilla. Kapean sektorin tuotteet ovat otollisia myytäväksi verkkokaupassa maailman laajuisesti, sillä ne kiinnostavat niin harvoja ihmisiä, että asiakaskunta täytyy haalia laajalta alueelta. (6: 66, 74.)

#### 4.2.4 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on kasvanut räjähdysmäisesti viime vuosina. Kasvu ja sen mahdollistamat muutokset ovat niin merkittäviä, että puhutaan Internetin seuraavan version syntymisestä eli Web 2.0:sta. Edellisessä Internetin ”versiossa” käyttäjät pääsääntöisesti vain selailivat valmiiksi tuotettuja staattisia sisältöjä. Nyt Internetin uusi versio rakentuu yhteisöjen kautta. Ihmiset ovat keskenään suoraan tekemisissä ilman välittäjiä ja tuottavat siinä prosessissa sisältöä Internetiin. Tässä uudessa tavassa käyttää Internetiä, korostuu osallistuminen ja julkinen keskustelu. Tunnettuja sosiaalisen median sivustoja ovat esimerkiksi Facebook ja MySpace. Yhteisöt tarjoavat erittäin merkittävän kanavan verkostoitumiseen ja uusien kontaktien hankkimiseen. (5: 76.) Pirkanmaalainen tietokoneliike Triosoftware on ruvennut hyödyntämään sosiaalista mediaa liiketoiminnassaan. (Kuva 2.).



Kuva 2. Kuvakaappaus tietokoneliike Triosoftwaren Facebook-sivulta (19).

Sosiaalinen media on laajalti käytössä ihmisten vapaa-ajalla, mutta yrityksissä on lähdetty melko hitaasti ja vastentahtoisesti mukaan. Näin siitäkin huolimatta, että vapaa-

ajallaan samat ihmiset saattavat viettää hyvin paljon aikaa sosiaalisessa mediassa. Viestintä sosiaalisen median kautta koetaan normaalisti erittäin helpoksi ja vaivattomaksi. Jos yritysjohto vitkastelee uusien viestintätapojen kanssa, on seurauksena ollut, että työntekijät käyttävät omia laitteitaan ja kanaviaan viestintään. Kotona opittu intuitiivinen viestintä koetaan paljon tehokkaammaksi kuin vanhanaikaisemmat menetelmät. (14.)

Verkkopäiväkirja eli blogi on myös yksi viestinnän väline. Yleistyttyään tämän kanavan ovat ottaneet omakseen monet politiikan ja julkisuuden vaikuttajat. Monet joukkoviestimet julkaisevat ja seuraavat blogeja ja siksi työyhteisöiden tulisi tiedostaa blogien merkitys tietolähteinä. Blogille tyypillistä on se, että se on vapaamuotoinen ja hyvin tekijänsä persoonallisuutta esiin tuova väline. Vapaamuotoisuuden ja spontaania ilmaisua tukevan muotonsa ansiosta blogiin on nopea ja helppo laittaa tietoa. Tieto on yleensä ilmestyessään erittäin tuoretta. (5: 76.)

#### 4.2.5 Mainonta Internetissä

Internet-mainonta on vieläkin sellaista aluetta, jota ei yrityksissä osata kovin hyvin. Kampanjan suunnittelu ja mainostilan ostaminen on vierasta monille. Internet mainontaan liittyy ongelmia, kuten luotettavien mittausmenetelmien puute ja hyvin eriarvoiset mainospaikat. Hinnoittelukäytännöissä on eroja. Yrityksille voidaan tarjota esimerkiksi aikarajoitteisia paketteja tai mainoksen näyttökertoihin perustuvaa hinnoittelua. (6: 120, 121.)

Internet-mainonta on kuitenkin jo päässyt muiden medioiden rinnalle yritysten mediamixissä, jossa pyritään näkymään mahdollisimman monessa eri viestintävälineessä. Internet-mainonnan etu on se, että siinä pystytään paremmin kohdentamaan mainontaa halutulle kohderyhmälle. Yrityksille on järkevää siirtyä sinne, missä asiakkaat voidaan helpoiten saavuttaa. (6: 120, 121.)

#### 4.3 ICT ja tietoturva

Yhteiskunta on tullut jatkuvasti entistä riippuvammaksi sähköisestä viestinnästä. Liisääntynyt sähköinen viestintä on tuonut mukanaan lieveilmiöitä, kuten tietoturvauhat. Erilaiset haittaohjelmat voivat aiheuttaa tuhoja tietojärjestelmässä. Koneessa olevalla haittaohjelmalla on pääsy kaikkiin koneella oleviin tiedostoihin. (20.) Tietoturvauhkia

ja loukkauksia voi olla hyvin erilaisia ja eritasoisia. Vakavin tilanne on silloin, kun koko järjestelmä joutuu vieraan tahon hallintaan. Roskapostit ovat hieman kevyempiä tietoturvauhkia, mutta kuitenkin kiusallisia. (21.)

Luottamuksellisten tietojen välittäminen Internetissä sisältää aina riskin. Jos kyse on tiedosta, jota ei haluta muiden kuin lähettäjän saavan selville, tulee ottaa huomioon muutamia seikkoja. SSL-suojattu yhteys on turvallisempi vaihtoehto ja se onkin yleensä käytössä esimerkiksi pankkien ja verkkokauppojen palveluissa. Kannattaa tiedostaa se, että myös sähköpostiliikenteen voi salata. Kaikkia viestintää ei ole kuitenkaan yleensä tarvetta salata. Kannattaa miettiä, voiko joku asiaankuulumaton taho oikeasti hyötyä kyseessä olevasta tiedosta. (20.)

Tietokoneen kannalta tietoturvaan voi vaikuttaa muutamalla yksinkertaisella seikalla. Tärkeintä on pitää ohjelmistopäivitykset ajan tasalla. Internetiä selatessa haittaohjelmat tarttuvat yleisimmin juuri päivittämättömien selainlaajennusten kautta. Virustorjuntaohjelmistot ja palomuuuri ovat myös tärkeä apu. Virustorjunta ohjelmisto tunnistaa ja poistaa koneelle tulleita haittaohjelmia. Palomuurilla taas voidaan hallita Internet-yhteyden käyttöä siten, että vain toivottu liikenne sallitaan. (20.)

Nykyiset matkapuhelimet ja älypuhelimet ovat niin monipuolisia laitteita, että myös niiden tietoturvasta on pidettävä huolta. Viranomaisten mielestä haittaohjelmat eivät kuitenkaan ole vielä kovin yleinen uhka matkapuhelimille, mutta virustorjunta- ja palomuuriohjelmisto tarjoaa lisäturvaa tarvittaessa. Suurin tietoturvauhka liittyy yleensä erilaisiin huijausyrityksiin, joiden kautta kalastellaan rahaa. Käyttäjä esimerkiksi voidaan yrittää saada soittamaan maksulliseen numeroon. Toinen merkittävä uhka liittyy siihen, että koko laite hukkuu tai varastetaan. Tällaisessa tilanteessa puhelimen tietojen suojaksi jää se, kuinka hyvä suojaustaso on ollut käytössä. (20.)

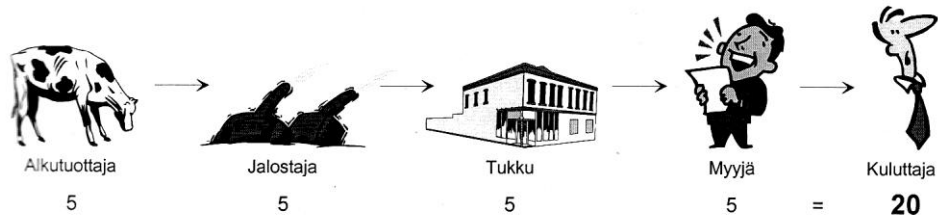
## 5 ICT JA LIIKETOIMINTA

### 5.1 ICT kilpailukeinona

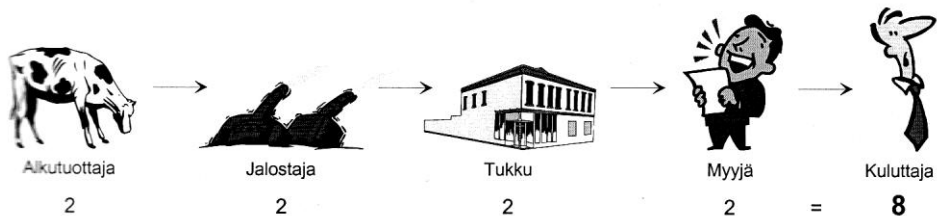
ICT:n hyödyt yrityksille on mahdollista konkretisoida hyvin monella eri alueella. Yksi keskeisiä tekijöitä on arvoketjun tehostaminen. Hyvin monessa tapauksessa yrityksen kannattavuus määräytyy sen mukaan, kuinka tehokas arvoketju todellisuudessa on. Arvoketjua tehostamalla tai lyhentämällä voidaan vaikuttaa tuotteen lopulliseen hin-

taan markkinoilla (kuva 3). Kun tiedonkulku esimerkiksi alkutuottajan ja jalostajan välillä paranee, se vaikuttaa parhaimmillaan hyvin moneen asiaan. Arvoketjusta saadaan parempi hyötysuhde, ja se tuottaa lisäarvoa itse tuotteelle. (6: 16.)

TRANSAKTIOKUSTANNUS: **TEHOTON ARVOKETJU**



TRANSAKTIOKUSTANNUS: **TEHOKAS ARVOKETJU**



Kuva 3. ICT:n hyödyntäminen arvoketjussa kustannusten pienentämiseksi (6: 17).

ICT:n avulla rutiiniluontoiset työt ja tiedonsiirrot voidaan automatisoida. Viestintä verkkoteknologian avulla voi olla kustannuksiltaan vain kymmenen prosenttia siitä, mitä se olisi perinteisiä välineitä käyttäen. Automaation avulla voidaan nopeasti tuottaa tietoa rutiiniluontoisista asioista ja se voidaan välittää automaattisesti sitä tarvitseville arvoketjun toimijoille. Tiedon perusteella toimijat pystyvät säätämään toimintaansa ja vastaamaan mahdollisiin muutoksiin. Yleensä järjestelmään integroitavia osa-alueita ovat esimerkiksi varastokirjanpito, tilaus ja laskutus. Hyödyt saadaan käyttöön koko arvoketjun alueella silloin, kun tällaiseen järjestelmään otetaan mukaan kaikki arvoketjun toimijat. Myyjä pystyy tällöin tarkistamaan suoraan tukkuliikkeen Internet-sivustolta, kuinka paljon mitäkin tuotetta on varastossa. Hän voi tilata sivuston kautta varastossa olevaa tuotetta ja seurata reaaliaikaisesti tilauksensa vaiheita. (6: 16, 17, 18.)

Edellä kuvattu hyöty ICT-järjestelmistä ei silti ole itsestäänselvyys. Täytyy huomata, että jos kaikki arvoketjun jäsenet eivät kykene tai ole halukkaita käyttämään tekniikan suomia apukeinoja, hyöty jää silloin heidän osaltaan saamatta. Kuitenkin liiketoiminnallinen etu on merkittävä, ja se jo itsessään pakottaa ICT:tä vieroksuvat yritykset

muuttamaan toimintatapojaan. Teknologiaa hyödyntävät yritykset mielletään edistyneiksi, ja ne ovat yhteistyökumppaneina houkuttelevampia, sillä kehittyneet ICT-järjestelmät voidaan yleensä integroida toisiinsa. Tilanne on hankala, jos esimerkiksi arvoketjussa on yksi toimija, joka haluaa hoitaa tilaukset aina puhelimitse. Yksikin kehityksen jarru heikentää välittömästi arvoketjua ja tällainen toimija saattaa joutua ulos arvoketjusta. (6: 17, 18.)

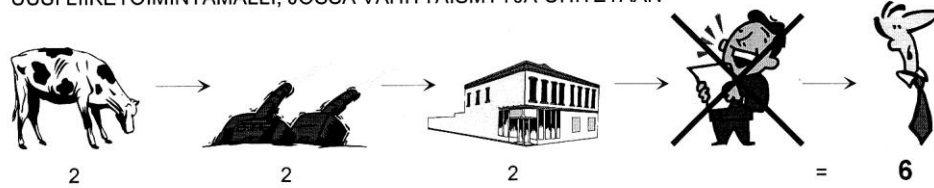
Loppukäyttäjälle tehokas arvoketju näkyy halvempana hintana ja jopa parempana tuotteena ja palveluna. Tällöin ICT:n hyödyntämisestä ja ICT osaamisesta muodostuu monella tapaa selkeä kilpailukeino. (6: 18, 19, 20, 21.)

## 5.2 ICT ja uudenlainen liiketoimintamalli

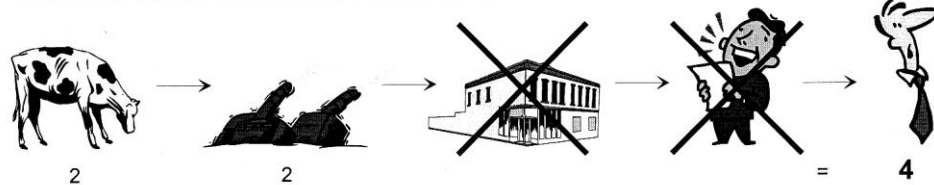
ICT mahdollistaa kokonaan uuden liiketoimintamallin. Verkostomallinen liiketoiminta pyrkii tavoittamaan asiakkaat helpommin ja halvemmin. Säästöjä syntyy väistämättä ainakin teoriassa, jos arvoketjusta saadaan karsittua yksi tai useampi välikäsi pois (kuva 4). Esimerkiksi jälleenmyyjä voidaan ohittaa kokonaan ja asiakkaat tekevät ostokset suoraan tukkuliikkeestä Internetin kautta. Tällaisessa tilanteessa kysymyksiä herättää ainoastaan se, onko tukkuliikkeellä taitoa toimia markkinoijana riittävän tehokkaasti. Asiakkaan rooli ja mahdollisuudet kuitenkin kasvavat uuden mallin mukana. Asiakkaat muuttuvat aktiivisemmiksi ja etsivät Internetissä itse tarvitsemansa tuotteet. Tällöin on mahdollista ohittaa jopa tukkuporras ja asiakkaat ostavat tuotteet suoraan tuottajalta. Hintoja on helppo vertailla ja silloin se, jolta tuotteen saa halvimmalta, tulee valituksi. Kaiken lisäksi uusi liiketoimintamalli ja ICT mahdollistaa sen, että tieto kulkee myös toiseen suuntaan eli asiakkaalta tuottajalle. Tällaisessa tilanteessa erilaiset massakustomointipalvelut tulevat mahdollisiksi. Massakustomoinnissa ideana on, että asiakas voi valita mieleisensä ominaisuudet tuotteelle ja tuote valmistetaan näiden valintojen mukaan. (6: 19, 20, 21.)



## UUSI LIIKETOIMINTAMALLI, JOSSA VÄHITTÄISMYyjÄ OHITETAAN



## TUKKULIIKE JA VÄHITTÄISMYyjÄ OHITETAAN



Kuva 4. ICT:n hyödyntäminen arvoketjussa välikäsien ohittamiseksi (6: 21).

Verkostomallinen liiketoiminta vaatii yrityksiltä tietynlaisia panostuksia. ICT nousee merkittäväksi tekijäksi ja välineeksi. Verkkonäkyvyyteen täytyy panostaa, oli kyse sitten loppukäyttäjistä tai jalostajista, että asiakkaat löytäisivät yrityksen Internetissä. Yrityksen verkkosivut nousevat silloin merkittäväksi tekijäksi. Vaikka arvoketjua saataisiin väliaikaisesti lyhennettyä, se ei aina tuo täyttä säästöä. Tiettyjen perinteisten tahojen pois jääminen saattaa aiheuttaa sen, että tilalle tulee uusia tahoja paikkaamaan aukkoja. Tällöin arvoketju ei lyhene niin täydellisesti kuin teoriassa olisi mahdollista. Uusia välittäjiä ovat esimerkiksi sähköiset kauppapaikat, jotka kokoavat ostajat ja myyjät samaan paikkaan. (6: 20, 24.) Verkostomallisessa liiketoiminnassa on monia hyötyjä kuten kustannussäästöt, mutta myös omia heikkouksia (taulukko 1.).

Taulukko 1. Verkostomallisen liiketoiminnan pelkistetty SWOT-analyysi (6: 24).

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> <li>kustannussäästöt</li> <li>laatu</li> <li>massakustomointi</li> <li>asiakaslähtöinen palvelumalli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>henkilökohtaisen kontaktin puute</li> <li>monet uudet vastuualueet siirtyvät arvoketjussa taaksepäin → ammattitaidottomuus hoitaa esim. markkinointia</li> </ul>
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> <li>mahdollisuus reagoida nopeasti muuttuviin markkinatilanteisiin</li> <li>sisäinen auditointi tehokasta</li> <li>oman toimintamallin vertaaminen kilpailijoihin helppoa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internetin leviämisen hidastuminen</li> <li>tietovuodot ja verkkojen turvallisuus</li> <li>tuotteen valmistajalla ei kokemusta markkinoinnista kuluttajalle</li> <li>arvoketjun muut välittäjät eivät valmiita siirtymään uuteen palvelumalliin</li> </ul>

### 5.3 Liiketoimintaa tehostavat työkalut

Toiminnanohjausjärjestelmät ja asiakkuudenhallintaohjelmistot on mielletty perinteisesti suurten yritysten työkaluiksi. Kuitenkin kilpailu on kiristynyt myös pk-yrityksissä ja tarve tehokkaille järjestelmille on lisääntynyt. Erityisesti jos pk-yritys lähtee kasvamaan nopeasti, tarve paremmille työkaluille syntyy. Muutosprosessin epäonnistumisen todennäköisyys kasvaa, jos järjestelmä vaihdetaan vasta silloin, kun vanhalla ei enää pysty toimimaan. pk-yrityksissä asiakkuudenhallintaohjelmistot ovat yleistyneet ensin, ja nyt myös toiminnanohjausjärjestelmien uskotaan tekevän tuloaan Pk-sektorille. (22.)

Huomioitavaa suurempiin järjestelmiin siirryttäessä on se, että kulut hankintaprosessissa voivat olla suuret. Toinen huomioitava seikka on se, että kuluja tulee myös järjestelmän ylläpidosta. Ohjelmistokehittäjät ovat kuitenkin tuoneet viimeaikoina markkinoille pienyrityksille soveltuvia versiota suurista ohjelmistoista, joista voi hankkia vain tarvitsemansa osat ja näin leikata kuluja. (22.)

#### 5.3.1 Toiminnanohjausjärjestelmä eli ERP

Toiminnanohjausjärjestelmä tunnetaan myös kirjainyhdistelmällä ERP, joka tulee englanninkielisestä nimestä Electronic Resource Planning. Toiminnanohjausjärjestelmät ovat ohjelmistopaketteja, joiden avulla koko yrityksen kaikkia liiketoimintaprosesseja voidaan seurata ja hallita. (23: 9.) Toiminnanohjausjärjestelmän tarkoitus on selkeyttää ja tehostaa yrityksen liiketoimintaprosesseja ja auttaa päätöksenteossa. Toiminnanohjausjärjestelmä mahdollistaa prosessien reaaliaikaisen seurannan ja sitä kautta auttaa reagoimaan muuttuviin tilanteisiin nopeammin. (24: 1.)

Toiminnanohjausjärjestelmiä on hyvin monen tasoisia, kokoisia ja hintaisia. Järjestelmää hankittaessa kannattaa selvittää, miten ne on tehty ja kuinka ne hyvin palvelevat tarkoitustaan kohde yrityksessä. Toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönotto voi olla monelta kantilta raskas prosessi. Toiminnanohjausjärjestelmää kannattaa silti harkita, jos yrityksessä päivittäisten tapahtumien määrä kasvaa niin suureksi, että niiden hallinta ja seuranta muilla menetelmillä alkaa käydä työlääksi. (24: 1, 2).

Erityisesti pienyritykset voivat saada hyötyä pilvipalveluna toteutetusta toiminnanohjausjärjestelmästä, sillä sen aloituskustannukset ovat pienet suhteessa saatavan ohjel-

miston laajuuteen. Pilvipalvelusta maksetaan yleensä vain kuukausimaksu. Pilvipalvelun kautta säästytään erillisten palvelimien hankinnalta. Ohjelmistopäivitykset ja tietoturva-asiat jäävät myös palvelun toimittajan harteille. (24: 2.)

### 5.3.2 Asiakkuudenhallintajärjestelmä eli CRM

Asiakkuudenhallintaohjelmistoista käytetään nimenä myös kirjausyhdistelmää CRM. CRM tulee englanninkielisestä nimestä Customer relations management. Asiakkuudenhallintaohjelmilla on tarkoitus hallita asiakastietoja ensimmäisestä kohtaamisesta myöhempään myynninjälkeiseen tukeen asti. Hyvässä asiakkuudenhallintajärjestelmässä on työkaluja, joilla voidaan tehostaa myyntiä, parantaa asiakassuhteita ja luoda tehokkaita mainoskampanjoita. Näiden prosessien mitattavuus on myös yksi ohjelmiston osa-alue. (25.)

Asiakkuudenhallintaohjelmistot voidaan myös integroida esimerkiksi yrityksen toiminnanohjausjärjestelmään, jolloin sieltä voidaan kerätä asiakkaisiin liittyvää tietoa tehokkaasti. (25.)

## 6 HAASTATTELUTUTKIMUS JA SEN TULOKSET

### 6.1 Tutkimuksen tekeminen

Tutkimusmenetelmäksi valitsin laadullisen tutkimuksen. Laadullista tutkimusta puolsi se, että halusin mukaan tietoa myös tuntemuksista, joita ICT-ratkaisujen hankinnassa ja niiden parissa työskennellessä tulee. Osa ihmisistä tuskastuu ongelmien ja säätämisen kanssa, kun taas joku suhtautuu asiaan rauhallisemmin. Tarkoitukseni on muodostaa ratkaisu, jossa ongelmakohtia voidaan välttää tai ainakin lieventää.

Tutkimuksen tein haastattelututkimuksena. Tunsin haastatteleman yrittäjät jollain tapaa entuudestaan. Yksi tutkimuskohteistani esimerkiksi oli parturi-kampaaja, jolla perheeni käy useasti asiakkaana. Ajatukseni oli, että koska vastaajat ovat tuttuja, vastaaminen on luonnollisempaa ja vastauksiin tulee elementtejä, joita ei tuntemattomamman kanssa välttämättä sanottaisi ääneen.

Haastattelin kolmea eri yrittäjää, joista yhdellä oli kaksi eri aloilla toimivaa yritystä, joten lasken yrityksiä olleen neljä. Haastatteleman yrittäjät ovat yksityisyrittäjiä.

Heillä ei ole muita työntekijöitä palkkalistoillaan, vaan vastaavat itse kaikista yrityksen toiminnoista. Haastateltujen yrittäjien yritykset toimivat eri aloilla. Näin pystyn muodostamaan, otannan koon asettamissa rajoissa, mahdollisimman yleispätevän kuvan tutkimus aiheesta.

Kysyin jokaiselta haastateltavalta samat kysymykset, joihin he vastasivat vapaasti. Yhtenevät ennalta mietityt kysymykset varmistivat sen, että mitään olennaista ei unohtunut kysyä. Tiivistin vastaukset jo haastattelutilanteessa. Kirjoitin lomakkeeseen puhetulvasta vain kysymykseen liittyvät asiat helpottaakseni jälkianalyysiä. Kysyin aina kirjattuani vastauksen ylös, että oliko haastateltava tyytyväinen tiivistelmäni ja varmistin, että mitään olennaista ei jäänyt pois. Tulkitsen tutkimuksessa haastattelun kautta saamiani vastauksia vapaasti. Osa tuloksista perustuu myös havaintoihin, joita tein vieraillessani yrityksissä.

Yrittäjien lisäksi haastattelin myös yhtä paikallisoperaattoria saadakseni palveluntarjoajan näkökulman asioihin. Vertailun vuoksi olen ottanut mukaan myös kahden suuren kansallisen operaattorin kevyen palvelukuvauksen.

## 6.2 Tutkimuksen kohteena olevien yritysten esittely

Esittelen yritykset perustamisvuosien mukaisessa järjestyksessä aloittaen vanhimmas- ta. Esittelyn teen haastattelulomakkeen vastausten perusteella (liite 1.). Yritykset ovat nk. autotallifirmoja. Kahdella yrityksellä on erilliset toimitilat yritystoimintaa varten kotinsa yhteydessä. Kahden yrityksen toiminta on luonteeltaan sellaista, että erillisiä toimitiloja ei tarvita.

### 6.2.1 Hiushauska

Parturi-kampaamo Hiushauska on perustettu vuonna 2007. Yrityksen toiminta on perinteistä parturi-kampaamo toimintaa. Kaikki toiminta tapahtuu yrityksen toimitiloissa, jonne asiakkaat saapuvat toimenpiteitä varten ennalta sovittuna aikana.

Asiakkaat ottavat yhteyttä yleensä puhelimella varatakseen ajan. Yllättävää on se, että asiakkaat enenevässä määrin tekevät varauksia myös tekstiviestillä. Kuitenkin normaali soittaminen on vielä tavallisin yhteydenottotapa.

Yritys mainostaa itseään paikallislehdessä. Yrittäjän mielestä kuitenkin kaikkein paras markkinointikeino on puskaradio. Saatuaan hyvää palvelua ihminen kertoo siitä muillekin. Tarvetta muille markkinointikanaville ei ole, vaan nykyiset riittävät hyvin tällä hetkellä. Yrittäjä on joskus kokeillut kalliita suurien kansallisten hakupalvelujen tarjoamia hakemistopalveluja, joista hän ei kokenut saavansa rahalle vastinetta.

### 6.2.2 Tietokoneasennus JJussila

Tietokoneasennus JJussila on tietokoneliikkeen tapaisia palveluja tarjoava yritys. Yritys on perustettu vuonna 2009. Yrityksellä on toimitilat asuintalon yhteydessä. Toimitilassa on laitteiden korjaus- ja asennuspiste sekä pieni myymälätyyppinen osasto.

Yritys myy tietokoneita ja oheislaitteita sekä ohjelmistoja. Tärkeä osa yrityksen toimintaa on huoltotoiminta, jota tehdään joko omissa toimitiloissa tai asiakkaalla. Asiakaskunta koostuu yritysasiakkaista ja yksityisasiakkaista.

Yrityksen markkinointi tapahtuu omien www-sivujen kautta. Paikallislehti kohdealueella ylläpitää sähköistä palveluhakemistoa, jossa on yrityksen mainos. Muuta mainontaa ei ole. Sosiaaliseen mediaan yrittäjä suhtautuu epäilevästi.

### 6.2.3 MJP Adventure

Elämyspalveluita tarjoava MJP Adventure on perustettu vuonna 2010. Yrityksen palveluvalikoima koostuu mm. moottorikelkan vuokrauksesta ja opastetuista metsästys- ja kalastusretkistä sekä muista näihin ympäristöihin liittyvistä aktiviteeteista.

Asiakkaat ottavat yhteyttä puhelimella tai sähköpostilla katsottuaan yhteystiedot Internetistä tai julisteesta. Puhelin on yhteydenotossa tärkeämpi väline.

Yritys markkinoi kotisivuillaan Internetissä ja painetuilla julisteilla valituissa kohteissa, joissa asiasta kiinnostuneita ihmisiä liikkuu. Mainonta sosiaalisessa mediassa houkuttaa, sillä kohdennettu markkinointi ja kaverilinkitykset ovat tehokas tapa välittää tietoa. Haastatteluhetkellä yrittäjä ei kuitenkaan vielä ollut mainostanut sosiaalisessa mediassa.

#### 6.2.4 Tilkkuva

Käsityötaidetta tarjoava Tilkkuva on perustettu vuonna 2012. Yritys tekee uniikkeja sisustustauluja kankaasta.

Yritys mainostaa palveluaan Internet-sivuillaan. Lisäksi yrityksiin lähetetyillä mainospostikorteilla ja mediatiedotteilla on koetettu tavoitella tiettyjä asiakasryhmiä. Sosiaalinen media houkuttaa markkinointikanavana, sillä erikoistuotteita haluavat ihmiset asuvat hajallaan, ja kohdennettua markkinointia on muuten hankala toteuttaa.

#### 6.3 Tärkeimmät ICT-palvelut

Kysyttäessä liiketoiminnan kannalta välttämättömintä palvelua, kahdessa yrityksessä mainittiin kännykkä ensimmäisenä, yhdessä www-sivut ja yhdessä pidettiin kaikkia käytössä olevia tasapuolisen välttämättöminä. Www-sivut maininnut yritys kuitenkin sisällytti kännykällä tapahtuvan yhteydenoton myyntitapahtuman vaihtoehtoiseen kulkuun, ja kaikkia palveluita tasapuolisen tärkeänä pitävä mainitsi kännykän ehdottomana edellytyksenä tiettyyn myyntitapahtumaan. Kännykkä myös löytyi jokaisesta yrityksestä.

Kännykän merkitys korostuu mm. elämyspalveluyrityksellä esimerkiksi moottorikelkkaa vuokrattaessa, jolloin myyntitapahtuma etenee seuraavasti. Asiakas katsoo yhteystiedot yrityksen www-sivulta tai mainosjulistesta. Yhteydenotto tapahtuu puhelimella tai sähköpostilla riippuen siitä, miten asiakas päättää lähestyä. Kun tilanne on edennyt niin pitkälle, että vuokrasopimusta aletaan valmistella, yrittäjä aina haluaa puhelimella sopia tarkemmista kelkan käyttöön liittyvistä yksityiskohdista. Puhumalla on helpompi päästä selville esimerkiksi asiakkaan moottorikelkan käyttötaitojen lähtötasosta. Tätä on hankalampi hoitaa muilla välineillä.

Kännykän ja puhelimen merkitys viestinnässä on perinteisesti ollut suuri, eikä sen suosio näytä vieläkaan laskevan, vaikka korvaavia kanavia ilmaantuu jatkuvasti. Puhelimen suosioista huolimatta, lähes kaikki loput viestintään ja erityisesti markkinointiviestintään liittyvät toiminnot, ovat nettiyhteyden ja siihen liittyvien palveluiden varassa. Kännykän ohella myös sähköposti oli jokaisella yrityksellä käytössä, mutta esimerkiksi parturikampaamo ei maininnut käyttävänsä sitä ainakaan mihinkään oleelliseen toimintoon. Näin ollen kännykkä näyttäisi olevan tärkeämpi väline. Sähköpostin

merkitys korostuu, kun kauppaa tehdään yritysten kanssa, sillä monet isommat yritykset ovat siirtyneet e-laskutukseen. Tällaiset yritykset eivät yleensä ota enää vastaan paperilaskuja, kuten tietokonehuolto-yritys oli saanut huomata.

Omat www-sivut löytyivät kaikilta muilta, paitsi parturi-kampaamolta. Yritykset, joilla oli omat www-sivut, pitivät niitä tärkeänä mainoskanavana. Erityisesti korostui se, että sivujen kautta asiakkaat löytävät yhteystiedot silloin, kun asiointitarve syntyy.

#### 6.4 ICT-palvelujen hankinnassa ilmenneet ongelmat

ICT-palvelujen hankinnasta nousi esiin muutama alue, joissa oli ilmennyt ongelmia. Erityisesti www-sivut ja siihen tarvittavien palvelujen hankinta oli tuottanut monenlaisia ongelmia. Sivustojen hankinnassa on monia asioita, joita pitää ottaa huomioon. Täytyy hankkia verkko-osoite eli domain, sen jälkeen saada palvelintilaa ja lopulta edessä on itse sivuston tekeminen tai teettäminen.

Elämysmatkailu yritys oli joutunut miettimään sitä, että haluaako profiloitua suomalaiseksi yritykseksi .fi-päätteellä vai ottaako ulkomaisia asiakkaita silmällä pitäen jonkun kansainvälisemmän päätteeseen.

Jokainen haastateltu yrittäjä oli päätenyt www-sivujensa kanssa jonkin tasoiseen web-hotelli hosting -pakettiin. Kuitenkaan tällaiset valmiit palvelupaketit eivät ole aivan ongelmattomia. Elämysmatkailuyrittäjä valitteli tarjonnan runsautta, sillä erilaisia paketteja on valtava määrä ja niihin sisältyvien palvelujen määrä ja laatu on hyvin kirjavaa. Sopivan palvelun valinta on työlästä, jos ei halua maksaa turhasta. Toisaalta tietokoneasentaja ei ollut kokenut asiassa mitään ongelmaa. Käsityötaiteilija oli teettänyt koko hankintaprosessin sivujen suunnittelua myöden oppilaitostyönä.

Itse www-sivujen tekemiseen ja teettämiseen liittyi myös omat ongelmansa. Käsityötaiteilija kertoi sivuston teettämisen pitkittyneen, sillä halutunlaiseen lopputulokseen pääsemiseksi oli jouduttu tekemään paljon säätöä ja korjauksia. Kyseessä on kuvataiteeseen liittyvä ala, joten sivujen ulkoasuun haluttiin erityisesti panostaa. Prosessista tuli lopulta kallis ja yrittäjä toivoo, että panostus maksaa itsensä takaisin. Tietokoneasentaja ja elämysmatkailuyrittäjä tekivät sivustonsa itse. Jälkimmäinen mainitsi tekemisen olleen työläs ja aikaa vievä operaatio.

Internetissä tapahtuvaan mainontaan myös liittyi ongelmia. Oikean ja sopivan hintaisen markkinointikanavan löytyminen oli hankalaa. Muutama suuri kansallinen hake-mistopalveluyritys markkinoi aggressiivisesti palvelujaan, joita kokeiltuaan yrittäjät eivät olleet tyytyväisiä. Suurin ongelma liittyi siihen, että hintava palvelu ei ollut tuot-tanut vastaavaa hyötyä.

Yrittäjät eivät osanneet sanoa, miten ICT-palveluiden hankintaa voisi helpottaa. Vaik-ka palvelut on mahdollista ostaa helposti ikään kuin pakettina, niin ongelmia oli syn-tynyt siitä huolimatta. Pakettien läpinäkyvyyden ja selkeyden puute aiheutti kritiikkiä. Paketteihin oli usein ujutettu mukaan turhia palveluita nostamaan hintaa.

## 6.5 Palveluntarjoajan näkökulma: Tampereen puhelin

Tampereen puhelin on Pirkanmaalla toimiva tietoliikennepalvelujen tarjoaja. Tampe-reen puhelin kuuluu Finnet-ryhmään. Tärkeitä arvoja ovat paikallisuus ja asiakaspal-velu. (26.) Palvelujen esittelyt on tehty haastattelun pohjalta (liite 2.).

### 6.5.1 Myydyimmät palvelut

Palveluntarjoajan myyjällä, joka toimii yritysten parissa, on hyvin kattava kuva siitä, minkälaisia palveluja nykyään käytetään. Tampereen puhelimen yritysmyyjän mukaan pienyrityksiin hankitaan tietoliikennesyhteysien ja IT-palveluiden lisäksi paljon koti-sivu-, sähköposti- ja domain-palveluita.

Suosituimpien palvelujen joukkoon kuuluu myös maksuvarmennepalvelu, joka voi-daan toteuttaa sekä langattomasti GSM:n kautta tai sitten kiinteää linjaa pitkin Inter-net-yhteyden kautta. Maksuvarmennepalvelua tarvitaan, jos halutaan tarjota asiakkaal-le mahdollisuus maksaa pankki- ja luottokorteilla.

Tietoliikennesyhteysistä on tarjolla monenlaisia vaihtoehtoja, kuten ADSL-yhteydet ja valokuitu. Valokuidulla päästään suuriinkin nopeuksiin. Langattomat 3G/4G-yhteydet ovat vaihtoehto kiinteälle Internet-yhteydelle. Myös tavalliset mobiililiitty-mät kuuluvat valikoimaan. Tarvittaessa asiakkaan pakettiin voidaan hankkia myös kaikki laitteet kännyköistä tietokoneisiin.



### 6.5.2 Nousevat trendit

Kehityksen suuntaa voi yleensä hahmottaa nousevia trendejä tutkimalla. Tiedostoholvi niminen varmennuspalvelu on kasvattanut suosiotaan suuresti viimeaikoina. Kyseessä on tiedostojen automaattinen varmuuskopiointipalvelu, joka toimii pilvipalvelun periaatteella. Tiedostot kopioidaan automaattisesti talteen turvalliseen paikkaan, josta niitä voi käyttää sekä yrityksen verkossa, että etäyhteyksien kautta.

Suosiotaan on kasvattanut vahvasti myös it-tukipalvelu. Tietoliikenneyhteyksissä entistä nopeammat valokuituyhteydet ovat lisääntyvät kovalla vauhdilla.

### 6.5.3 Muut yleiset palvelut

Mobiilivaihdetta myydään yrityksiin, joissa on kolme tai sitä useampia työntekijöitä. Mobiilivaihde reitittää saapuvat puhelut halutulla tavalla. Puhelinliikenteen ohjaaminen tulee kannattavaksi silloin, kun yrityksessä on useampia työntekijöitä, jotka hoitavat esimerkiksi asiakaspalvelua. Konesalipalveluita on myös tarjolla. Niiden avulla palvelinratkaisut voidaan toteuttaa joko fyysisenä palvelimena tai virtuaalisena pilvipalveluna.

### 6.5.4 Palvelujen hankinta

Palvelujen hankintaprosessia on koitettu helpottaa Tampereen puhelimen palveluperiaatteella, josta on hyötyä erityisesti silloin, kun aloittava yrittäjä ottaa yhteyttä ja kertoo tarvitsevansa ICT-palveluita. Myyjän mukaan Tampereen puhelin eroaa monista muista operaattoreista siinä suhteessa, että kaikki yritysmyynti on ratkaisumyyntiä, joka perustuu aidosti tarpeeseen. Mitään valmiita paketteja ei ole, vaan myyntiedustaja tulee aina vierailulle ja kartoittaa asiakkaan kanssa yhdessä, mitä palveluja oikeasti tarvitaan. Huolellisella kartoituksella on tarkoitus säästää aikaa ja rahaa, kun oikeat tarpeelliset palvelut saadaan hankittua kerralla.

## 6.6 Palveluntarjoajan näkökulma: Elisa ja Sonera

Elisa ja Sonera kertovat [www-sivuillaan](#) kattavasti yrittäjille tarjoamistaan palveluista. Näitä toimijoita koskevat tiedot on otettu kyseisiltä [www-sivuilta](#).

Elisan ja Soneran sivustoilla on tarjolla kaikki tavanomaiset palvelut ja sen lisäksi paljon uusia ja erilaisia palveluita ja palvelupaketteja, joita en tässä tutkimuksessa käsittele tarkemmin. Tutkimusaiheen puitteissa huomionarvoista on se, että kummallakin sivustolla huomioitu erikseen toimintaa aloittavat yrittäjät. Paketoituna saatavilla on kaikki mahdolliset ICT:hen liittyvät palvelut laitteista liittymiin. Valmiista paketeista voi valita itselleen sopivan. (27, 28.)

Nouseva trendi näyttäisi olevan Microsoftin Office 365 pilvipalvelu, jota molemmat operaattorit aktiivisesti markkinoivat. Pilvipalvelun kautta toimisto-ohjelmat ja tiedostot ovat saatavilla, missä milloin liikutaankin. Lisäksi palveluun on yhdistetty sähköpostitileihin ja kotisivuihin liittyvät palvelut, kuten domainin hallinta. Elisan sivulla mainitaan lisäksi palveluun sisältyvän tietoturvaohjelmistot. (27, 28.)

Molemmilla operaattoreilla on tarjolla myös maksupäätepalvelut. Sivustoilta löytyy tarjouspyyntö- ja yhteydenottolomakkeet, joiden kautta varmasti pääsee asiassa eteenpäin. Palvelu vaatii voimassa olevan Y-tunnuksen. (27, 28.)

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Näyttää siltä, että nykyaikaiselle yritykselle toimialasta riippumatta, on käytännössä elinehto panostaa ICT ratkaisuihin. Palveluntarjoajan mukaan entistä nopeammat valokuituyhteydet olivat kasvattaneet suosiotaan. Nopeiden yhteyksien suosion lisääntymisestä voi lukea sen, että yritysten tietoliikenne kasvaa nopeasti. Domain- ja kotisivupalvelujen suosio kertoo siitä, että yritykset haluavat näkyä Internetissä. IT-tukipalvelut olivat myös yksi Tampereen Puhelimen nousevista palvelutuotteista. Tämä taas johtuneen siitä, että tietotekniikka on hyvin vahvasti läsnä jokaisen yrityksen arjessa. Kuitenkaan tiedot ja taidot eivät aina riitä ongelmia itse ratkaisemaan, eikä pienyrittäjällä välttämättä ole resurssijakaan palkata erillistä mikrotukihenkilöä. Silloin voi olla järkevää ostaa palvelu muualta.

Tietoyhteiskunnassa mukana pysyäkseen ja siellä toimiakseen täytyy toimia sen ehdoilla. Muutos koskettanee niin uusia, kuin pitkänkin historian omaavia aloja. Esimerkiksi torikauppias ei voi enää pelkästään luottaa siihen, että kun hän aamulla pystyttää kojunsa torin laitaan, asiakkaat löytävät tiensä hänen luokseen. Ikääntyneemmät ihmiset vanhastaan ovat tottuneet torikäytäntöihin, mutta ICT tarjoaa mielestäni tässäkin tapauksessa verrattoman kanavan uusien asiakkaiden tavoittamiseen. Voisiko tori-

kauppias päivittää sosiaaliseen mediaan ilmoituksen kuvalla höystettynä päivän tuoreista myyntiartikkeleistaan? Tällöin myös sellaiset ihmiset, jotka eivät torilla päivittäin ole tottuneet käymään, saattaisivat kiinnostua asiasta ja tulla ostoksille. Yhteiskunta ja sen käytännöt muuttuvat, yritysten kannattaa pysyä muutoksessa mukana ainakin jollain tapaa. Torikauppias saattaa olla tottunut, että ammattia on satoja, ellei jopa tuhansia vuosia, hoidettu tietyllä tapaa. Muutos voi tänään silti koskettaa tätäkin alaa ja olla välttämätön ammatin säilymisen kannalta.

Pienen yrityksen ICT ei tietysti voi olla yhtä suurta, kuin isoilla yrityksillä ja konserneilla. Kuitenkin myös pienet yritykset hyötyisivät samoista työkaluista, joita suuremmat käyttävät. Tähän asti kustannukset ja hankintaprosessin monimutkaisuus on ollut esteenä. Tämä tilanne on muuttunut pilvipalvelujen tulon myötä, joiden kautta samat palvelut on saatavilla pienillä aloituskustannuksilla. Palveluntarjoajat selvästi panostavat parhaillaan pilvipalveluihin, sillä niiden markkinointi oli hyvin näkyvää. Kukaan haastattelemistani yrittäjistä silti ei maininnut hyödyntävänsä pilvipalveluita. Pilvipalveluihin liittyy varmasti samoja ennakkoluuloja, kuin mihin tahansa muuhun uuteen teknologiaan. Operaattoreiden sivuilla olevat käyttäjäkokemukset pilvipalveluista olivat ylistäviä, mutta niiden mainosluonteen vuoksi asiaan täytyy vielä suhtautua varauksella. Teoriassa ja ennusteiden mukaan palveluissa on kuitenkin potentiaalia.

Pilvipalveluihin liittyy kuitenkin muutama seikka, joka tulisi harkita tarkkaan tai ainakin tiedostaa. Kehityksen suunta on sellainen, että kaikki tiedot ja toiminnot jätetään kolmannen osapuolen haltuun varmuuskopiointia myöden. Jos tietoliikenneyhteys katkeaa, loppuu yrityksessä kaikki sen pohjalle rakennetut toiminnot. Tulee myös harkita, voidaanko yritykselle elintärkeää tietoa jättää kolmannen osapuolen haltuun. Tällaiset päätökset kannatta jälleen tehdä arvioiden hyödyt ja riskit.

## 7.1 Välttämättömät ICT-palvelut

Pienyrityksen ICT näyttää tutkituissa yrityksissä muodostuvan enimmäkseen välttämättömistä yhteydenpitoon liittyvistä ratkaisuista. Tutkimuksen perusteella kolme palvelua nousee ylitse muiden. Ne ovat kännykkä, sähköposti ja www-sivut. Nämä kolme ovat selkeästi olleet olemassa jo hyvän aikaa ja ihmiset ovat oppineet käyttämään niitä sujuvasti. Viestintäväline ja kanava, jota osaa käyttää on tehokkaampi tarkoituksessaan, kuin sellainen joka teoriassa olisi tehokkaampi, mutta sitä ei osaa käyt-

tää. Viestintäväline tai kanava, joka koetaan hankalaksi tai liian hienoksi, jää käyttämättä.

Näistä kolmesta yleisin ja välttämättömin viestintäkanava näyttäisi olevan puhelin. Puhelin on vanhin käytössä olevista viestintävälineistä. Nettiyhteys puuttui yhdeltä yritykseltä, mutta kännykkä oli kaikilla. Näin pienellä otannalla ei voi tehdä suuria tulkintoja, mutta kännykän merkitys korostui monessa kohtaa. Kännykän tarpeellisuus liittyi nimenomaan myyntitapahtumaan johtaviin asioihin tai suoraan siihen kuuluviin toimintoihin, kun asiakkaat soittavat ja varaavat esimerkiksi ajan toimenpiteille. Tämän perusteella nostan kännykän ensimmäiseksi palveluksi, kun palvelupakettia aletaan koota.

Määritän Internet-yhteyden toiseksi tärkeimmäksi palveluksi, vaikka sitä ei erikseen mainittu haastatteluissa, sillä lähes kaikki loput palvelut ovat jollakin tapaa sen takana. Internet-yhteys on nykypäivänä mahdollista toteuttaa joko langattomasti tai langallisesti, enkä ota kantaa millä keinoin se olisi järkevä hankkia. Oleellista on, että toimiva Internet-yhteys voidaan muodostaa jotain kautta.

Www-sivut ja sähköposti olivat yhtä yleisiä tutkimusryhmällä. Näistä nostan sähköpostin tärkeämmäksi palveluksi sillä perusteella, että monissa Internetin kautta asioitavissa palveluissa vaaditaan sähköpostiosoite kirjautumista varten.

Www-sivut ovat ensimmäinen selkeästi markkinointiin liittyvä palvelu, kun muut tähän asti mainitut liittyvät enemmän suoraviivaiseen viestintään ja yhteydenpitoon. Nettisivuilla on monitahoinen merkitys viestintäkanavana, mutta myös yrityskuvan rakentajana. Lisäksi yrityksen www-sivut tarjoavat pohjan hyvin monelle muulle kanavalle, kuten vaikka verkkokaupalle tai blogille. Www-sivut edustavat yrityksen läsnäoloa Internetissä. Toiveita ja kiinnostusta herättänyt sosiaalinen mediakin linkittyy Internet-sivuihin, sillä sitä kautta voidaan kalastella ihmisiä käymään yrityksen nettisivuilla.

## 7.2 Pienyrittäjän ICT-paketit

Työn tarkoitus oli etsiä kaikista oleellisimmat palvelut ja muodostaa niistä selkeä paketti. Tutkimuksesta saatujen tulosten mukaan peruspaketin muodostavat kännykkäliittymä, Internet-yhteys, sähköpostiosoite ja www-sivut. Nämä palvelut muodostavat

pohjan, jonka avulla pystyy pyörittämään yrityksensä nykyaikaista liiketoimintaa. Tämä paketti muodostaa myös eräänlaisen perustan, jota voi helposti laajentaa hankkimalla sen ympärille tarpeellisiksi havaitsemiaan lisäpalveluja.

Kehityksen vauhdissa pysyminen ja liiketoiminnan tehostaminen oli tutkimuksen mukaan merkittävä tekijä. Tutkimuksessa oli viitteitä, että moni palvelu, joka tällä hetkellä on yrittäjille vasta harkinnassa, on lähitulevaisuudessa toiminnan edellytys. Sosiaalinen media ja verkkokauppa ovat siitä hyviä esimerkkejä. Kaikki peruspaketin ulkopuolelle jääneet tutkimuksessa esille nousseet palvelut liittyvät vahvasti toiminnan tehostamiseen. Muodostan näistä palveluista eräänlaisen seuraavan askeleen paketin, jolla liiketoimintaansa voi tehostaa entisestään.

Tehostamispakettiin kuuluu verkkokauppa, sosiaalinen media, toiminnanohjausjärjestelmät, asiakkuudenhallintajärjestelmät ja älypuhelinsovellukset. Sopivan kännykän voi valjastaa tarvittaessa pilvipalveluiden käyttöön, joka laajentaa heti mahdollisuuksia ja liikkuvuutta. Vaikka www-sivut olisivat aluksi vain staattiset, ne voi suhteellisen helposti muuttaa vaikka blogin alustaksi. Myös verkkokauppa on mahdollista perustaa helpommin vanhojen sivujen pohjalle tai tilalle. Taulukko 2 ja taulukko 3 havainnollistavat palveluiden jaottelua paketteihin.

Taulukko 2. Palvelut, niiden käyttötarkoitus ja edellytykset käyttöönnotolle.

PERUSPALVELUT		
Palvelu	Käyttötarkoitus	Edellytykset
Kännykkä	viestintä (puhe tai tekstiviestit)	mobiililiittymä
Sähköposti	viestintä	sähköpostipalvelu tai tili
www-sivut	mainostus, verkkoläsnäolo	domain, web-hostelli
KEHITTYNEEMMÄT PALVELUT		
Palvelu	Käyttötarkoitus	Edellytykset
Verkkokauppa	myynti, myynnin lisäys	www-sivut, verkkokauppapohja tai ostettu palvelu
Sosiaalinen media	mainostus, myös muu viestintä	some-tili esim.Facebookissa
ERP	toiminnan tehostaminen ja hallinta	ohjelmisto (ostettu tai pilvi)
CRM	asiakassuhteiden hallinta	ohjelmisto (ostettu tai pilvi)
Kännykkä (älypuhelin)	puhe,sähköposti,pilvipalvelut	mobiililiittymä (datapaketti), muut palvelupaketit

Taulukko 3. Käsitellyt palvelut jaoteltuna käyttöalueen mukaan.

	Viestintä	Myynti	Mainostus	Toim.tehost.
PERUSPAKETTI	kännykkä	sähköposti (laskutus)	www-sivut	(MS Office)
	sähköposti			
TEHOSTAMIS-PAKETTI	sosiaalinen media	verkkokauppa	sosiaalinen media	ERP
				CRM

### 7.3 Liiketoiminnan tehostaminen ICT-palveluilla

Tutkimuksen yritykset ovat lähteneet mielestäni melko varovaisesti liikkeelle verrattuna siihen mitä palveluntarjoajilla olisi tarjottavana. Kukaan yrittäjistä ei ollut ottanut käyttöön palveluita, joita on koottu liiketoiminnan tehostamispakettiin. Ymmärrettävää on, että pienillä yrityksillä ei välttämättä ole peruspaketin hankinnan jälkeen suuria haluja pistää rahaa ja energiaa kaikenlaisiin ICT-hankintoihin. Varmastikaan kaikki palvelut eivät ole käyttökelpoisia jokaiselle yritykselle ja osa menee turhakkeiden kategoriaan. Liiketoiminnan tehostaminen peruspalikoiden jälkeen saattaa olla riippuvainen toimialakohtaisista eroista. ICT-järjestelmien ylläpitokustannukset voivat tulla myös esteeksi, ja ne tulisi selvittää tapauskohtaisesti, että myöhemmin säästytään ikä-viltä yllätyksiltä. ICT-järjestelmää hankittaessa kannattaa punnita siitä saatavaa hyö-

tyä suhteessa kustannuksiin. Mitä enemmän hankitaan erilaisia ICT-järjestelmiä ja palveluita, sitä kalliimpaa ylläpito yleensä on. Haastatellut yrittäjät eivät nähdäkseni siitä huolimatta vielä hyödyntäneet täyttä potentiaalia, jota he ICT-palveluilla voisivat saavuttaa.

Mikäli yrityksillä on haluja kasvaa tulevaisuudessa, voisi olla järkevää ottaa käyttöön laajennettava toiminnanohjaus järjestelmä. Kaikkia toimintoja ei varmasti tarvita alkuvaiheessa, joten ohjelmisto josta voi ottaa käyttöön ja maksaa vain tarvitsemansa osat, vaikuttaisi hyvältä vaihtoehdolta. Muutoksen koittaessa hyppäys ei ole niin suuri, kun järjestelmässä on sisäänrakennettuna valmius isompaan. Juuri muutosprosessi on osoittautunut kriittiseksi vaiheeksi. Sopivalla ohjelmistolla kuitenkin toimintaan saatettaisiin saada tehokkuutta, vaikka liikevaihto olisi vielä pienempikin. Aiemmin esteenä ovat olleet suuret aloituskustannukset, mutta pilvipalvelujen myötä tämä aita on nyt matalampi. Pilvipalvelujen kautta ylläpitokustannuksetkin ovat paremmin tiedossa etukäteen, sillä palvelut ovat yleensä kuukausimaksupohjaisia.

Esimerkiksi parturikampaaja toimii yksin tällä hetkellä, saattaa tulevaisuudessa tulla ajankohtaiseksi perustaa isompi liike, jossa työskentelee enemmän henkilökuntaa. Silloin viimeistään saisi hyötyä toiminnanohjausjärjestelmästä. Parturille asiakkuudenhallintaohjelma voisi olla kannattava sijoitus jo nyt, sillä kyseisellä alalla on merkitystä nimenomaan asiakastyytyväisyydellä ja asiakasuskollisuudella. Asiakkuudenhallintaohjelmalla asiakassuhteita pystyisi hallitsemaan ja kehittämään. Jos ohjelma esimerkiksi näyttää, että entinen vakioasiakas ei ole käynyt pitkään aikaan hakemassa palveluita, hänelle voisi lähettää vaikka alennuskuponkeja tai tuotenäytteitä. Ilman asiakashallintaohjelmistoa tällainen saattaisi jäädä kokonaan huomaamatta. Uskon, että jokainen tutkimukseni yrittäjä saisi hyötyä asiakkuuden hallintaohjelmistoista, sillä kaikki ovat luonnollisesti tekemisissä asiakkaiden kanssa.

Toinen mahdollinen tehostamisen kohta voisi olla pilvipalveluiden ja mobiililaitteiden käyttöönotto. Esimerkiksi liikkuvaa työtä tekevät elämysmatkailuyrittäjä ja tietokoneasentaja saisivat melko todennäköisesti hyötyä liikkuvuuden parantamisesta, kun ainakin osan asioista voi hoitaa jo tien päällä. Erityisesti asentajan tapauksessa edestakaista ajoa toimiston ja asiakaskohteiden välillä tällainen ratkaisu vähentäisi.

Sosiaaliseen mediaan panostaminen on hyvin suositeltavaa elämysmatkailuyrittäjälle. Sosiaalinen media tarjoaa hyvän kanavan markkinoida erikoisempia tuotteita ja palve-

luita. Erikoispalveluita haluavat ihmiset ovat yleensä hajallaan, jopa ympäri maapalloa, riippuen millä skaalalla tarkastellaan. Erityistarpeita omaavat ihmiset ovat kuitenkin yleensä hyvin verkostoituneita. Ryhmän jäsen, joka havaitsee Internetissä jotain mielenkiintoista, kertoo tavallisesti löydöstään heti muille. Tiedon levittäminen on erityisen hedelmällistä elämysmatkailuyritykselle silloin, jos joku verkostoitunut ihminen on ostanut palvelun ja pitänyt siitä. Positiivinen kokemus toimii erittäin hyvänä mainoksena.

Käsityötäidetta myyvällä Tilkkuvalla on hankittuna persoonalliset www-sivut. Vaikka ainut myyntiartikkeli tällä hetkellä on uniikki kohteeseen suunniteltu teos, saattaa jatkossa tulla lisää myyntiartikkeleita. Pääsääntöisesti tuotteet ovat kasvoista lähikuvina tehdyt taulut. Vaikka taiteilija pitäytyisi kasvoaiheessa, esimerkiksi julkkisten, muusikoiden, urheilijoiden tai eläinten kuvilla saattaisi olla laajempaa asiakaskuntaa. Tällöin nykyistä www-sivujen teemaa kannattaisi hyödyntää verkkokaupan pohjana ja ottaa mainontaan mukaan myös sosiaalinen media. Edellisessä kappaleessa mainitut sosiaalisen median edut pätevät myös tässä tapauksessa.

#### 7.4 Hankintaprosessin helpottaminen

Tekemieni haastattelujen perusteella näyttää siltä, että kaikki olivat onnistuneet lopulta hankkimaan ainakin perusviestinnässä tarvittavat palvelut. Toisilla hankintaan liittyi paljon eriasteisia ongelmia, toisilla vähemmän. Tuntuu luonnolliselta, että tietokonepalveluita tarjoavalla yrityksellä ei ollut ilmennyt ongelmia hankinnassa, sillä tietotaitoa ja kokemusta on varmasti enemmän, kuin toisaalle suuntautuneilla ihmisillä.

Mikäli omaa tuntemusta ja kiinnostusta ICT-asioihin ei ole, eikä tämä opinnäytetyö tarjonnut riittävästi tietoa, suositan vahvasti kääntymistä luotettavan kokonaispalvelu- ja tarjoavan tahon puoleen. Jos suurille massoille suunnatut kansallisten operaattoreiden paketit arveluttavat, kannattaa kartoittaa alueen paikalliset henkilökohtaisempaa palvelua tarjoavat toimijat.

#### 7.5 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Tutkimuksen yleistettävyydestä on vielä hankala olla kovin varma, sillä otanta on melko pieni. Kuitenkin kohteet olivat eri toimialoilta, joten varmasti jollain tapaa tulokset ovat yleistettävissä. Tutkimusalueesta voisi tehdä jatkotutkimusta eri toimialo-



jen erityistarpeiden kartoittamiseksi erityisesti siitä näkökulmasta, kun liiketoimintaa halutaan tehostaa ICT ratkaisulla. Pilvipalvelujen todellisia hyötyjä ja haittoja kannattaisi tutkia niiden käytön yleistyttyä riittävästi. Yksi mahdollinen tutkimussuunta liittyy itse laitteistoihin. Näyttää siltä, että jo nyt esimerkiksi älypuhelimet pystyvät korvaamaan tietokoneita jollain alueella. Onko laiteratkaisuilla merkitystä tehokkuuteen? Laitteita ei tässä tutkimuksessa tarkoituksella tarkemmin käsitelty.

## LÄHTEET

1. Kotimaisten kielten keskus. 2013. Lyhenneluettelo. Saatavissa: <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=2149#I> [viitattu 11.6.2013].
2. VESA-Verkkosanasto. 2013. YSA Yleinen suomalainen asiasanasto. Saatavissa: <http://vesa.lib.helsinki.fi/ysa/index.html> [viitattu 11.6.2013].
3. Uotila, P. 1997. Tietoliikenteen tekniikka. Jyväskylä: Suomen Atk-kustannus Oy.
4. Zubof, S. 1990. Viisaan koneen aikakausi. Helsinki: Otava.
5. Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous. Helsinki: WSOypro.
6. Paavilainen, J. 1999. Internetin liiketoiminnallinen merkitys. Jyväskylä: Suomen Atk-kustannus Oy.
7. Järvinen, A. & Mäyrä, I. 1999. Johdatus digitaaliseen kulttuuriin. Tampere: Vastapaino.
8. Valtanen, E. & Vihmallo, M. 1997. Tietotekniikan ABC. Jyväskylä: Teknolit Oy.
9. Huotari, R. & Viljanen, M. 1990. Tietojenkäsittely terveydenhuollossa. Jyväskylä: Sairaaliitto.
10. Perintötila tietoliikenneyhteyden varassa. 2013. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/fullscreen/Sonera/perinttila-tietoliikenneyhteyden-varassa-laukkalan-tila-asiakascase-sonera/1> [viitattu 24.6.2013].
11. AU-Real palvelee asiakkaitaan ajasta ja paikasta riippumatta. 2013. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/fullscreen/Sonera/aureal-palvelee-asiakkaitaan-ajasta-ja-paikasta-riippumatta-sonera-office-365/1> [viitattu 16.6.2013].
12. Ekholm, K., Haasio, A. & Heinisuo, R. 1995. Tiedon valtatiet. Jyväskylä: Suomen ATK-kustannus.

13. ALSO Finland Tuotteet ja palvelut. 2013. Saatavissa:  
[http://www.alsoactebis.com/ec/cms3/fi/5710/frontpage/tuotteet\\_ja\\_palvelut/palvelut/palvelut\\_1.jsp](http://www.alsoactebis.com/ec/cms3/fi/5710/frontpage/tuotteet_ja_palvelut/palvelut/palvelut_1.jsp) [viitattu 15.8.2013].
14. Mäenpää, P. 2011. Näin saat lisää vapaa- ja työaika. Saatavissa:  
[http://www.talouselama.fi/blogit/elisan\\_blogi/nain+saat+lisaa+vapaa+ja+tyoaikaa/a2079851](http://www.talouselama.fi/blogit/elisan_blogi/nain+saat+lisaa+vapaa+ja+tyoaikaa/a2079851) [viitattu 3.6.2013].
15. KWD-Digital Internet-sivustot. 2013. Saatavissa:  
<http://www.kwd.fi/palvelut/internet-sivustot> [viitattu 11.6.2013].
16. Passila, M. 2013. MJP Adventures. Saatavissa:  
<http://www.mjpadventure.fi/fi/Etusivu.html> [viitattu 5.8.2013].
17. Muotokuvia tilkuista. 2013. Saatavissa: <http://www.tilkkuva.fi/> [viitattu 5.8.2013].
18. Väinämö, J. 2013. Viimeinen musiikkikauppa lopettaa joensuussa. Saatavissa:  
[http://yle.fi/uutiset/viimeinen\\_musiikkikauppa\\_lopettaa\\_joensuussa/6518190](http://yle.fi/uutiset/viimeinen_musiikkikauppa_lopettaa_joensuussa/6518190) [viitattu 1.3.2013].
19. Facebook / Triosoftware Oy . 2013. Saatavissa: <https://www.facebook.com/Triosoftware> [viitattu 13.8.2013].
20. Viestintävirasto. 2013. Tietoturva. Saatavissa:  
<https://www.viestintavirasto.fi/tietoturva.html> [viitattu 25.7.20013].
21. CERT-FI. 2013. Ohjeet. Saatavissa: <http://www.cert.fi/ohjeet.html>. [viitattu 25.7.20013].
22. PK-yritys ja ERP. 2011. Saatavissa:  
[http://www.toiminnanohjaus.fi/index.php?option=com\\_content&task=view&id=22&Itemid=47](http://www.toiminnanohjaus.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=47) [viitattu 5.8.2013].
23. Kaataja, M. 2008. Toiminnanohjausjärjestelmien ja käyttöönottoprojektien onnistumisen arviointi käyttäjien näkökulmasta. Saatavissa:

<https://dspace.cc.tut.fi/dpub/bitstream/handle/123456789/6192/kaataja.pdf> [viitattu 5.8.2013].

24. Hyvän Erp:n määritelmä. 2013. Saatavissa: <http://nav.ecraft.com/erpnhodyt?hsCtaTracking=d5d5a4cd-10eb-4ac5-8e6c-87debd2376fd%7Cc98b7692-790b-4baa-8173-fed2bbe40175> [viitattu 25.7.2013].

25. Microsoft dynamics CRM. 2012. Saatavissa: <http://www.microsoft.com/dynamics/fi/fi/products/crm-overview.aspx> [viitattu 5.8.2013].

26. Tampereen Puhelin-Syntynyt paikalliseksi. 2013. Saatavissa: <https://www.tampereenpuhelin.fi/tampereen-puhelin-oy> [viitattu 5.8.2013].

27. Tuotteet ja palvelut yrittäjille. 2013. Saatavissa: <http://www.elisa.fi/yrittajille/tuotteet/> [viitattu 25.7.2013].

28. Liittymät ja laitteet yrittäjän arkeen. 2013. Saatavissa: <http://www.sonera.fi/yrittajille/yrityspalvelut/mukana+yrityksesi+vaiheissa/yrityksen+perustajalle> [viitattu 25.7.2013].

## Pienyritysten haastattelut

### Haastattelu 1

**Yrityksen nimi:**

Hiushauska tmi

**Vastaajan nimi ja asema yrityksessä:**

Outi Vettenranta omistaja/yrittäjä

**Yrityksen työntekijöiden määrä:**

1

**Yrityksen perustamisaika:**

2007

**Yrityksen toimiala ja tuotteet:**

Parturi kampaamo

**Mitä ICT-palveluita käytössä tällä hetkellä?:**

kännykkä, sähköposti, maksupääte, (ei nettisivuja)

**Miten myyntitapahtuma hoidetaan, sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Maksu kassaan tai kortilla maksupäätteen kautta. Entistä enemmän korttimaksuja. Ihmisillä yhä harvemmin käteistä mukana.

**Tapahtuuko markkinointiviestintä sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Paikallislehdissä mainoksia. Kalliit kansallisten toimijoiden hakemistopalvelupaketit tuntuvat turhilta. Puskaradio paras markkinointikanava.

**Mitä palvelua pidät kaikista tärkeimpänä/oleellisimpana yrityksen toiminnan kannalta?:**

Puhelin. Perinteisesti puheella, sekä enenevässä määrin tekstiviestillä tulee varauksia.

**Oliko joku palvelu, jonka tarpeellisuutta piti erityisesti miettiä?:**

Ei. Hakupalvelu markkinointia alkuaikoina mietitty, mutta ei koeta tarpeelliseksi.

**Tuntuuko joku tämän hetkisistä palveluista turhalta/ei saa vastinetta rahalle? :**

Ei.

**Onko tarvetta hankkia lisää palveluita? Jos on, niin mitä/minkälaisia?:**

Ei. Nykyisillä pärjää hyvin.

**Oliko hankintaprosessissa vaikeuksia?:**

Ei.

**Miten ICT-palveluiden hankintaprosessia voisi helpottaa?:**

Ei mielipidettä.

## Haastattelu 2

**Yrityksen nimi:**

Tilkkuva (Hiushauska tmi:n aputoiminimi)

**Vastaajan nimi ja asema yrityksessä:**

Outi Vettenranta omistaja/yrittäjä

**Yrityksen työntekijöiden määrä:**

1

**Yrityksen perustamisaika:**

2012

**Yrityksen toimiala ja tuotteet:**

Käsityö/taide. Käsityönä tehdyt taulut.

**Mitä ICT-palveluita käytössä tällä hetkellä?:**

kännykkä, sähköposti, internetyhteys, nettisivut (www.tilkkuva.fi) Nettisivut teetty oppilaitostyönä, jota kautta myös palvelintila(hostelli) ja domainit sai hankittua paketissa.

**Miten myyntitapahtuma hoidetaan, sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Yhteydenottolomake netissä. Myös puhelimella voi ottaa yhteyttä. Seuraavaksi tapaaminen asiakkaan luona kohteessa. Sähköisessä muodossa sopimus. Maksu tilisiirtona.

**Tapahtuuko markkinointiviestintä sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Nettisivut mainostaa netissä. Perinteisistä menetelmistä mainospostikortit ja mediatiedotteet.

**Mitä palvelua pidät kaikista tärkeimpänä/oleellisimpana yrityksen toiminnan kannalta?:**

Nettisivut

**Oliko joku palvelu, jonka tarpeellisuutta piti erityisesti miettiä?:**

Ei.

**Tuntuuko joku tämän hetkisistä palveluista turhalta/ei saa vastinetta rahalle? :**

Nettisivut olivat hankintana kallis sijoitus, sillä ulkoasuun panostettiin. Aika näyttää saako panostuksesta hyödyn takaisin.

**Onko tarvetta hankkia lisää palveluita? Jos on, niin mitä/minkälaisia?:**

Sosiaalinen media houkuttaa markkinointikanavana. Lähinnä Facebook.

**Oliko hankintaprosessissa vaikeuksia?:**

Nettisivujen hankintaprosessi pitkä ja osittain hankala. Teettämiseen liittyi ongelmia, että ulkoasu ja toiminnallisuus saatiin vastaamaan haluttua.

**Miten ICT-palveluiden hankintaprosessia voisi helpottaa?:**

Ei mielipidettä.

### Haastattelu3

**Yrityksen nimi:**

MJP Adventure tmi

**Vastaajan nimi ja asema yrityksessä:**

Mika Passila omistaja/yrittäjä

**Yrityksen työntekijöiden määrä:**

1

**Yrityksen perustamisaika:**

2010

**Yrityksen toimiala ja tuotteet:**

Elämyspalvelut.

Moottorikelkan vuokraus, vesimatkailu, metsästysreissut, maahantuonti.

**Mitä ICT-palveluita käytössä tällä hetkellä?:**

kännykkä, internet yhteys, sähköposti, verkkosivut, domain (www.mjpadventure.fi)

**Miten myyntitapahtuma hoidetaan, sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Kelkanvuokrauksessa myyntitapahtuma etenee seuraavasti. Asiakas katsoo netistä yhteystiedot (tai mainosjulisteesta), yhteydenotto tapahtuu puhelimella (tai sähköpostilla, mutta puhelimella sovitaan tarkemmista yksityiskohdista), vuokrasopimus tehdään ensin sähköisesti ja sitten tulostetaan allekirjottamista varten, maksu etukäteen mieluten tilisiirtona, myös käteinen käy.

**Tapahtuuko markkinointiviestintä sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Verkkosivut mainostaa netissä. Mainosjulisteet kohdennetuissa paikoissa.

**Mitä palvelua pidät kaikista tärkeimpänä/oleellisimpana yrityksen toiminnan kannalta?:**

Kaikki käytössä olevat tärkeitä.

**Oliko joku palvelu, jonka tarpeellisuutta piti erityisesti miettiä?:**

Domain pääte .fi kalliimpi kuin .com. Piti päättää haluaako maksaa profiloitumisesta suomalaiseksi yritykseksi.

Isojen kansallisten hakupalvelutuottajien aggressiivisesti markkinoimat hakemistopalvelut eivät vaikuta tarpeellisilta.

**Tuntuuko joku tämän hetkisistä palveluista turhalta/ei saa vastinetta rahalle? :**

Ei.

**Onko tarvetta hankkia lisää palveluita? Jos on, niin mitä/minkälaisia?:**

Sosiaalinen media houkuttaa. Facebookissa kohdennettu markkinointi paremmin mahdollista. Käyttäjien kaverilinkitykset.

**Oliko hankintaprosessissa vaikeuksia?:**

Webbisivuun liittyy hankaluuksia. Hosting paketeissa paljon erilaisia vaihtoehtoja, jotka vaikuttavat hintaan. Iso työ selvittää mikä on tarpeellista. Myös sivujen tekeminen itse tai teettäminen vei aikaa ja resursseja. Jos tekee itse, vaarana jäädä keskeneräisiksi. Jos on sivut, niitä pitäisi myös ylläpitää jatkuvasti.

**Miten ICT-palveluiden hankintaprosessia voisi helpottaa?:**

Selkeämmät ja avoimemmat ("läpinäkyvät") pakettivaihtoehdot.

**Haastattelu 4**

**Yrityksen nimi:**

Tietokoneasennus J Jussila tmi

**Vastaajan nimi ja asema yrityksessä:**



Jouni Jussila omistaja/yrittäjä

**Yrityksen työntekijöiden määrä:**

1

**Yrityksen perustamisaika:**

2009

**Yrityksen toimiala ja tuotteet:**

Tietokoneiden huolto ja myynti. Oheislaitteiden ja ohjelmistojen myynti.

**Mitä ICT-palveluita käytössä tällä hetkellä?:**

kännykkä, internet yhteys, sähköposti, verkkosivut,

**Miten myyntitapahtuma hoidetaan, sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

E-laskusuoraan sähköisesti tai sähköpostilla pdf:nä. Erittäin harvoin enää paperilla.

**Tapahtuuko markkinointiviestintä sähköisesti vai/ja perinteisesti?:**

Verkkosivut ja kangasalawiki hakupalvelu mainostaa netissä. Ei lehti-ilmoittelua.

**Mitä palvelua pidät kaikista tärkeimpänä/oleellisimpana yrityksen toiminnan kannalta?:**

Kännykkä tärkein, sitten sähköposti.

**Oliko joku palvelu, jonka tarpeellisuutta piti erityisesti miettiä?:**

Ison kansallisen hakupalvelun kanssa ongelmia hinta/laatu suhteessa.

**Tuntuuko joku tämän hetkistä palveluista turhalta/ei saa vastinetta rahalle? :**

Edellä mainittu hakupalvelu aikanaan. Ei ole enää.

**Onko tarvetta hankkia lisää palveluita? Jos on, niin mitä/minkälaisia?:**

Nettinäkyvyyttä mahdollisesti enemmän. Some ei kiinnosta, koska sieltä ei koe tulevan riittävästi maksavia asiakkaita.

**Oliko hankintaprosessissa vaikeuksia?:**

Kaikki palvelut yhdestä web-hotellista. Ei ongelmia.

**Miten ICT-palveluiden hankintaprosessia voisi helpottaa?:**

Ei mitenkään.

## Palveluntarjoajan haastattelu

Haastateltava: Heikki Lampinen Yritysmyyjä  
Tampereen puhelin

### Kun aloittava yrittäjän tarvitsee ICT-palveluja ja ottaa teihin yhteyttä, miten asia etenee?

Tampereen puhelimella ei ole tällähetkellä mitään ”valmiita” paketteja, vaan kaikki yritysmyynti on ratkaisumyyntiä, joka tapahtuu aidosti tarpeen pohjalta. Tampereen puhelimen edustaja tulee asiakkaan luo ja kartoittaa yhdessä asiakkaan kanssa mitä yksittäisiä palveluja tarvitaan ja kokoaa niistä sopivan paketin. Tarkoitus on siis tarjota vain tarvittavat palvelut ja välttää virrehankintoja, näin säästää yrittäjän rahaa ja aikaa.

### Mitä palveluja myytte pienyrittäjille?

Yleisimmät palvelut mitä tilataan ovat perus tietoliikenneyhteydet, sähköpostipalvelut, It-tuki, maksuvarmennepalvelut, varmennuspalvelut ja puheratkaisut.

Maksuvarmenne palvelu voidaan toteuttaa ”langallisesti” nettiyhteyden kautta tai vaihtoehtoisesti langattomasti GSM:n kautta.

Domain-palveluja ja kotisivutilaa myydään myös.

Lisäksi yrityksille joissa on yleensä kolme tai sitä useampi työntekijä, myydään usein mobiilivaihdetta, joka on ikäänkuin langaton puhelinvaihte. Mobiilivaihte reitittää puhelut halutun tavan mukaan, esimerkiksi jos henkilö A on varattuna puhelu ohjautuu henkilö B:n puhelimeen tms. Mobiilivaihteeseen kytkettyjen puhelimien väliset soitot sisältyvät kuukausimaksuun.

Tietysti tarjolla on myös perus mobiililittymä, johon haluttaessa myös mahdollista saada kännykkä ”pakettiratkaisuna.

### Onko palveluissa näkyvissä mitään nousevia trendejä?

Suosiota viimeaikoina on kasvattanut varmennuspalvelu, sekä muut IT-puolen palvelut. varmennuspalvelun nimi on tiedostoholvi. Kyseessä on yrityksen tärkeiden tietojen automaattinen varmuuskopionti palvelu. Eräänlainen keskitetty turvallinen tiedon tallennus- ja jakopaikka eli palvelin, jota pystyy käyttämään sekä yrityksen verkossa, että etäyhteyksien kautta.

Suosiota kasvattaa tällähetkellä myös IT-tukipalvelut, sekä nopeat valokuituyhteydet.

### Onko vielä jotain muita palveluja pienyrittäjille?

Tietoliikenneyhteyksistä on tarjolla käytännössä kaikki yleisimmät vaihtoehdot. Langattomista 3G/4G yhteyksistä kupariin (ADSL) ja valokuituun. Valokuituyhteydet mahdollistavat käytännössä rajattoman nopeuden 10/10:stä megasta ylöspäin 1000 megaan asti.

Tarjolla on myös konesalipalvelut. Tarkoittaa palvelinratkaisuja joko fyysisenä tai virtuaalisena (pilvipalvelin).

Pienyrityksille myös tarvittaessa voidaan hankkia kaikki tietoliikenteessä tarvittavat laitteet.